Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan
Volume. 4, Nomor. 2 Mei 2025
E-ISSN: 2809-2392, P-ISSN: 2809-2406, Hal 01-08
DOI: https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4113
Available online at : https://journalcenter.org/index.php/jimak

Behavioral Risk pada Investasi Logam Mulia: Analisis FOMO (*Fear of Missing Out*) di Kalangan Nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri

Aizzat Haqiqi [1]*, Mohammad Khusnu Milad[2]
[1-2]Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia
Email: aizzathqq@gmail.com[1], m.milad@uinsa.ac.id[2]

*Korespondensi penulis: aizzathqq@gmail.com**

Abstract. *This study aims to analyze the behavioral risk caused by the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon in precious metal investment decision making among Pegadaian UPC Pasar Wadungasri customers. This study uses a qualitative approach with a case study method, through in-depth interviews with 15 respondents aged 25–50 years. The results of the study indicate that most novice investors are driven to buy precious metals due to the influence of social media, viral trends, and social pressure, not based on rational considerations or mature financial planning. FOMO symptoms trigger impulsive, high-risk investment decisions with minimal information analysis. In contrast, more experienced customers show more careful, planned, and data-based investment behavior. These findings emphasize the importance of increasing financial literacy and the active role of financial institutions such as Pegadaian in educating the public to be able to build risk-aware, rational, and sustainable investment patterns amidst the rapid flow of digital information..*

Keywords: *Behavioral Risk, FOMO, Gold Investment, Pegadaian, Social Media.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis risiko perilaku (behavioral risk) yang ditimbulkan oleh fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dalam pengambilan keputusan investasi logam mulia di kalangan nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam terhadap 15 responden berusia 25–50 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas investor pemula terdorong untuk membeli logam mulia karena pengaruh media sosial, tren viral, dan tekanan sosial, bukan berdasarkan pertimbangan rasional atau perencanaan keuangan yang matang. Gejala FOMO memicu keputusan investasi yang impulsif, berisiko tinggi, dan minim analisis informasi. Sebaliknya, nasabah yang lebih berpengalaman menunjukkan perilaku investasi yang lebih hati-hati, terencana, dan berbasis data. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan serta peran aktif lembaga keuangan seperti Pegadaian dalam mengedukasi masyarakat agar mampu membangun pola investasi yang sadar risiko, rasional, dan berkelanjutan di tengah derasnya arus informasi digital.

Kata kunci: *Behavioral Risk*, FOMO, Investasi Logam Mulia, Pegadaian, Media Sosial.

1. PENDAHULUAN

Investasi logam mulia mengalami peningkatan di kalangan masyarakat dalam beberapa waktu terakhir. Tren itu juga terjadi di Pegadaian Unit Pembantu Cabang (UPC) Pasar Wadungasri yang mengalami peningkatan transaksi logam mulia secara signifikan dalam waktu sebulan terakhir. Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan yang memfasilitasi masyarakat untuk berinvestasi logam mulia, baik dalam bentuk tabungan emas (TE) atau cicil logam mulia. Letaknya yang berada di kawasan ramai dan dekat dengan pasar tradisional menjadikan Pegadaian UPC Pasar Wadungasri sebagai jembatan untuk masyarakat, terutama kalangan menengah ke bawah untuk berinvestasi logam mulia.

Received: Maret 19, 2025; Revised: April 15, 2025; Accepted: Mei 20, 2025; Published: Mei 22, 2025

Peningkatan minat masyarakat dalam berinvestasi logam mulia tidak terlepas dari perpsepsi bahwa logam mulia adalah instrumen investasi yang cenderung menguntungkan dan aman, terutama bila keadaan ekonomi kurang stabil. Namun, di balik peningkatan tersebut, muncul indikasi adanya perilaku investasi yang dilatarbelakangi oleh faktor psikologis, yaitu Fear of Missing Out (FOMO). FOMO adalah perasaan cemas dan takut tertinggal ketika seseorang merasa ada pengalaman atau momen berharga yang terlewatkan, sering kali diperparah oleh keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain. (Przybylski et al., 2013).

Fenomena FOMO pada masyarakat Indonesia ketika berinvestasi lebih banyak didorong oleh faktor psikologis daripada analisis fundamental. (Gultom & Kamaludin, 2025). Gejala FOMO ini terlihat di Pegadaian UPC Pasar Wadungasri saat terjadi lonjakan transaksi logam mulia ketika harga sedang melambung tinggi, bahkan ada nasabah melakukan pembelian dalam jumlah besar tanpa perencanaan finansial yang cukup. Hal tersebut memunculkan pertanyaan krusial: seberapa besar pengaruh FOMO terhadap keputusan nasabah dalam membuat keputusan untuk berinvestasi logam mulia? dan bagaimana dampaknya terhadap perilaku nasabah dalam mengelola risiko investasi?

Penelitian ini berupaya untuk mengkaji risiko perilaku (behavioral risk) pada meningkatnya investasi logam mulia yang dipicu oleh fenomena FOMO di kalangan nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri. Penelitian ini akan fokus pada identifikasi faktor psikologis yang menyebabkan perilaku investasi impulsif, menilai sejauh mana pengaruhnya terhadap keputusan investasi, serta menelaah langkah-langkah mitigasi yang dapat diterapkan oleh Pegadaian UPC Pasar Wadungasri untuk meminimalkan dampak buruk dari risiko perilaku tersebut. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menambahkan literatur tentang behavioral finance, khususnya pada konteks investasi logam mulia, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi Pegadaian dalam merencanakan strategi edukasi dan kebijakan yang lebih efektif untuk melindungi nasabah dari risiko psikologis dalam berinvestasi.

2. TINJAUAN LITERATUR

Konsep Investasi Logam Mulia

Logam mulia khususnya emas menjadi salah satu instrumen investasi yang diminanti oleh masyarakat. Penelitian Ahsanah (2022) mengungkapkan bahwa logam mulia banyak dipilih karena mayoritas masyarakat telah familiah terhadap emas serta aksesnya yang mudah dijangkau. Selain itu harga emas cenderung stabil dan jarang mengalami penurunan harga, justru saat ini logam mulia mengalami peningkatan harga dalam waktu singkat.

Dalam teori keuangan, logam mulia dikenal sebagai safe haven asset yakni aset yang tahan terhadap fluktuasi harga dan dapat melindungi nilai aset ketika keadaan pasar kurang stabil. (Ciner et al., 2013). Investasi logam mulia melalui Pegadaian menjadi populer di kalangan masyarakat Indonesia karena menawarkan kemudahan akses dan sistem pembayaran yang fleksibel bagi seluruh kalangan masyarakat.

Behavioral Finance dan Fenomena FOMO

Perilaku keuangan (Behavioral finance) adalah studi yang bertujuan untuk memahami perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi. (Rahman & Dewi, 2023). Pendekatan ini berbeda dengan teori keuangan klasik yang menganggap bahwa manusia pasti bertindak rasional. Pendekatan ini mengakui bahwa cara seseorang dalam mengelola dan memutuskan keuangannya dipengaruhi oleh persepsi, emosi, serta bentuk bias kognitif lain. Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) menjadi salah satu contoh nyata dari pengaruh psikologis tersebut.

Istilah FOMO pertama kali dipopulerkan oleh Przybylski dan rekan-rekan pada tahun 2013. FOMO didefinisikan sebagai perasaan cemas dan takut tertinggal dari pengalaman menyenangkan yang terjadi pada orang lain. Dalam dunia investasi dapat terjadi herding behavior yang diakibatkan oleh FOMO. Herding behavior didefinisikan sebagai kecenderungan individu dalam mengikuti keputusan orang lain tanpa melakukan analisis yang logis dan pertimbangan yang matang.

Penelitian Nugraha, et al (2023) menyatakan bahwa intensitas penggunaan sosial media seperti Instagram dan Tiktok yang berlebihan dapat menjadi salah satu pemicu utama munculnya perilaku FOMO yang menyebabkan investor mengambil keputusan berdasarkan pencapaian kesuksesan individu lain, bukan karena pemahaman terhadap risiko atau literasi keuangan yang kompeten.

Peran Lembaga Keuangan

Peran lembaga keuangan dijelaskan dalam kerangka pendekatan financial intermediation yang dikemukakan oleh Bodie dan Merton (2000). Pendekatan ini menekankan bahwa tugas utama lembaga keuangan bukan dilihat dari bentuk institusionalnya (seperti bank atau asuransi), melainkan fungsi ekonomi yang dijalankan dalam sistem keuangan. Pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan tidak hanya bertugas sebagai perantara dalam transaksi keuangan, tetapi juga bertanggung jawab dalam mendidik nasabah. Oleh karena itu Pegadaian juga harus membantu masyarakat supaya lebih bijak dalam berinvestasi dan terlindungi dalam mengambil keputusan keuangan.

Penelitian yang dilakukan Hasyim et al., (2024) menyoroti pentingnya peran aktif lembaga keuangan dalam melakukan edukasi finansial, serta akses terhadap layanan keuangan yang memperkuat pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Selain melalui edukasi keuangan formal, Pegadaian juga harus menyediakan informasi harga yang dapat diakses secara real-time dan transaparan, mengembangkan sistem peringatan otomatis yang dapat memberikan sinyal saat risiko investasi meningkat, serta membuka layanan konseling dasar untuk investor pemula. Dengan langkah-langkah tersebut, Pegadaian dapat membantu nasabah terhindar dari keputusan investasi impulsif dan lebih risiko dari setiap keputusan investasi yang dibuat nasabah.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam gejala Fear of Missing Out (FOMO) dalam keputusan investasi logam mulia di Pegadaian, khususnya yang dipengaruhi oleh media sosial dan lingkungan sosial.

Lokasi penelitian adalah Pegadaian Unit Pelayanan Cabang (UPC) Pasar Wadungasri, Waru, Sidoarjo. Lokasi ini dipilih secara purposif karena aktif dalam menyediakan layanan investasi logam mulia dan terindikasi terjadi peningkatan transaksi logam mulia. Informan dalam penelitian ini adalah 15 orang nasabah yang terdiri atas 10 perempuan dan 5 laki-laki, dengan rentang usia 25–50 tahun. Sembilan di antaranya merupakan investor pemula, dan enam lainnya sudah memiliki pengalaman investasi sebelumnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman semi-terstruktur, observasi langsung terhadap aktivitas promosi dan interaksi nasabah di unit Pegadaian, serta dokumentasi berupa brosur, konten promosi digital, dan materi komunikasi Pegadaian yang berkaitan dengan investasi.

Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis interaktif model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setiap tahapan dilakukan secara berulang untuk memastikan validitas dan kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

Untuk memastikan keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta konfirmasi ulang (member checking) kepada beberapa informan. Hal ini dilakukan untuk meminimalkan bias interpretasi dan meningkatkan kredibilitas temuan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 15 orang nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri yang dipilih secara purposif untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait perilaku investasi logam mulia, khususnya yang dipengaruhi oleh fenomena FOMO (Fear of Missing Out). Dari total 15 responden yang diwawancarai, sebanyak 10 orang merupakan perempuan dan 5 orang laki-laki, dengan rentang usia antara 25 hingga 50 tahun. Keragaman usia dan latar belakang responden memberikan gambaran yang representatif terhadap dinamika perilaku investasi di kalangan masyarakat.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pengalaman Investasi

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Pengalaman Investasi Logam Mulia Pertama	Pernah Berinvestasi Logam Mulia Sebelumnya
1.	Perempuan	10	6	4
2.	Laki-laki	5	3	2
Total		15	9	6

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, diperoleh bahwa 9 orang merupakan investor pemula, yaitu nasabah yang baru pertama kali melakukan transaksi logam mulia di Pegadaian, sementara 6 orang lainnya telah beberapa kali melakukan transaksi serupa sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan nasabah baru yang kemungkinan besar belum memiliki pemahaman mendalam mengenai karakteristik investasi logam mulia dan berpotensi lebih rentan terhadap pengaruh psikologis seperti FOMO.

Temuan penting lainnya adalah bahwa dari 9 orang investor pemula tersebut, 7 orang menyatakan bahwa mereka tertarik untuk membeli logam mulia setelah melihat konten promosi atau testimoni di media sosial, khususnya melalui platform TikTok dan Instagram. Sementara itu, 2 orang lainnya mendapatkan informasi mengenai investasi ini dari teman atau anggota keluarga. Fakta ini menguatkan peran media sosial sebagai saluran utama dalam membentuk persepsi dan keputusan investasi, hal tersebut berbanding lurus dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Firdaus (2024) bahwa FOMO banyak dipicu oleh eksposur visual terhadap gaya hidup dan keberhasilan orang lain di media sosial.

Indikasi FOMO dan Behavioral Risk

Gejala FOMO terlihat dari pernyataan beberapa responden yang menyebutkan bahwa mereka membeli logam mulia karena takut ketinggalan momen dan takut harga logam mulia akan semakin melonjak kedepannya, meskipun tidak memiliki rencana keuangan yang matang. Perilaku FOMO mencerminkan risiko perilaku (behavioral risk) yang dapat mengarahkan pada

keputusan investasi yang terburu-buru. Penelitian Gultom & Kamaludin (2025) menemukan bahwa keputusan investasi lebih banyak didorong oleh faktor psikologis daripada analisis fundamental.

Responden yang sudah lebih berpengalaman (6 orang) menunjukkan perilaku investasi yang lebih terukur. Responden tersebut cenderung membeli logam mulia dengan pertimbangan jangka panjang, seperti kebutuhan tabungan masa depan atau perlindungan aset. Namun, dua di antaranya mengaku bahwa investasi pertamanya juga dipicu oleh cerita dari lingkungan sosial, yang menunjukkan bahwa dorongan sosial tetap menjadi faktor penting pada tahap awal.

Implikasi terhadap Budaya Investasi

Hasil wawancara ini mempertajam pemahaman bahwa budaya investasi yang terbentuk dari media sosial bersifat reaktif dan emosional, bukan berbasis informasi objektif atau literasi keuangan yang kuat. Bodie & Merton (2000) menegaskan bahwa lembaga keuangan memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan informasi dan edukasi kepada nasabah agar terhindar dari bias perilaku. Pegadaian sebagai institusi keuangan perlu merancang strategi komunikasi yang lebih edukatif dan mendorong pengambilan keputusan investasi secara sadar dan bertanggung jawab, misalnya melalui fitur simulasi investasi, informasi harga real-time, serta pengingat risiko pasar.

Perbandingan

Penelitian ini berfokus pada risiko perilaku (behavioral risk) dalam investasi logam mulia, khususnya dengan menganalisis fenomena FOMO (Fear of Missing Out) di kalangan nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri. Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas FOMO dalam konteks investasi, seperti pada saham atau instrumen digital, dan menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, meskipun sering kali mengabaikan risiko rasional. Sementara itu, studi tentang perilaku investor logam mulia cenderung menekankan pada stabilitas nilai dan sifat konservatif investor, namun belum banyak yang mengaitkannya dengan faktor psikologis seperti FOMO. Ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa promosi institusi seperti Pegadaian dapat memicu efek FOMO melalui media sosial dan program pemasaran. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan karena mengkaji risiko psikologis dalam konteks investasi tradisional seperti emas, dan dapat memberikan kontribusi praktis bagi lembaga keuangan dalam mengelola perilaku spekulatif nasabah.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena Fear of Missing Out (FOMO) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi logam mulia di kalangan nasabah Pegadaian UPC Pasar Wadungasri, khususnya bagi investor pemula. Gejala FOMO terlihat dalam bentuk perilaku impulsif, keputusan yang dipengaruhi media sosial, serta rasa takut tertinggal momen saat harga emas naik.

Sebagian besar responden melakukan pembelian logam mulia karena pengaruh eksternal, bukan berdasarkan analisis rasional atau perencanaan keuangan. Sementara itu, investor berpengalaman menunjukkan pengambilan keputusan yang lebih hati-hati, meskipun tetap tidak sepenuhnya lepas dari pengaruh sosial.

Temuan ini memperkuat teori behavioral finance bahwa investor tidak selalu bertindak rasional, melainkan dipengaruhi oleh tekanan psikologis dan sosial. Oleh karena itu, Pegadaian perlu memperkuat fungsi edukasi keuangan dan menyediakan informasi yang dapat membantu nasabah mengambil keputusan investasi yang lebih sadar dan berbasis data.

Penelitian ini terbatas pada satu lokasi dan jumlah responden kecil. Untuk itu, studi lanjutan disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cakupan wilayah yang lebih luas guna mengukur pengaruh FOMO secara lebih general.

REFERENSI

Ahsanah, D. N. (2022). Emas sebagai instrumen investasi jangka panjang. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah, 8*(1), 177–187. https://doi.org/10.37567/shar-e.v8i1.1297

Bodie, Z., & Merton, R. C. (2000). *Finance*. Prentice Hall.

Ciner, C., Gurdgiev, C., & Lucey, B. M. (2013). Hedged and safe havens: An examination of stocks, bonds, gold, oil and exchange rates. *International Review of Financial Analysis, 29*, 202–211. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2012.05.002

Firdaus, N. H. (2024). Dampak FOMO media sosial pada kepercayaan diri remaja. *Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif, 5*(11).

Gultom, I. N., & Kamaludin. (2025). Behavioral finance dalam keputusan investasi: Peran FOMO sebagai mediasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 14*(4), 571–584. https://doi.org/10.24843/EEB.2025.v14.i04.p11

Hasyim, H., Manurung, E. V., Adelia, F., Sitio, V., & Nadapdap, Y. E. (2024). Peran lembaga keuangan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. *As-Syirkah, 3*(2). https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i2.171

Nugraha, A., Sitorus, V. D., & Lestasi, D. (2023). Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) dalam investasi (Studi kasus mahasiswa UIN Sumatera Utara). *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah, 4*(1). https://doi.org/10.56874/eksya.v4i1.1024

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Rahman, F., & Dewi, S. (2023). Pengaruh overconfidence, gambler's fallacy dan loss aversion terhadap keputusan investasi di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, 23*(1), 54–62. https://doi.org/10.30596/14510