



Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Generasi-Z di Kota Bandung

Fanica Salwa Risqina ^{1*}, dan Vina Anggilia Puspita ²

¹ Universitas Teknologi Digital, Bandung, Jawa Barat. E-mail : fanica10121090@digitechuniversity.ac.id

² Universitas Teknologi Digital, Bandung, Jawa Barat. E-mail : vinaanggilia@digitechuniversity.ac.id

* Corresponding Author : Fanica Salwa Risqina

Abstract: This study aims to analyze the effect of financial literacy on Fear of Missing Out (FOMO) behaviour in personal financial management among Generation-Z in Bandung City. A quantitative research method was employed using a survey approach, with data collection online through questionnaires distributed to 108 Generation-Z respondents via the Google Forms platform. The data were analyzed using simple linear regression with the assistance of IBM SPSS 27 software. The results indicate that financial literacy has a positive and significant influence on Fear of Missing Out (FOMO) behaviour, as indicated by a t-value of 10.198, which exceeds the critical value of 1.982, and a significance level of 0.000 (<0.05). These findings suggest that individuals with higher financial literacy tend to experience stronger Fear of Missing Out (FOMO) behaviour. Therefore, financial knowledge alone is not sufficient to prevent impulsive financial behaviour. A more comprehensive approach is needed, including the practical application of financial literacy in daily financial decision-making. Additionally, the development of healthy financial attitudes and the strengthening of self-control skills are essential so that individuals can face social pressures and consumerist temptations more wisely, and make financial decisions not merely based on social influence or current trends.

Keywords: Financial Literacy; Fear of Missing Out (FOMO); Generation-Z; Individual Financial Management.

Abstrak: Penelitian ilmiah ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi-Z di Kota Bandung. Metode kuantitatif diterapkan dengan teknik pendekatan survei, dengan pengumpulan data dilakukan secara online melalui kuesioner kepada 108 responden Generasi-Z di Kota Bandung melalui platform *Google Forms*. Analisis data melibatkan regresi linear sederhana melalui bantuan software IBM SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 10,198 > t-tabel yakni sebesar 1,982 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) yang dialami. Dengan demikian, pemahaman keuangan saja tidak cukup untuk mencegah perilaku keuangan impulsif. Diperlukan adanya pendekatan yang lebih menyeluruh, termasuk pada pemahaman literasi keuangan dengan penerapan nyata dalam pengambilan pengelolaan keuangan sehari-hari. Selain itu, pengembangan sikap keuangan yang sehat dan penguatan kemampuan pengendalian diri agar individu dapat menghadapi tekanan sosial dan godaan konsumtif dengan lebih bijak agar pengetahuan yang dimiliki bisa lebih baik dan membuat keputusan finansial tidak hanya didasarkan pada tekanan sosial atau sekadar mengikuti tren.

Kata kunci: Literasi Keuangan; *Fear of Missing Out* (FOMO); Generasi-Z; Pengelolaan Keuangan Individu.

Received: June 1, 2025

Revised: June 3, 2025

Accepted: July 4, 2025

Published: July 17, 2025

Curr. Ver.: July 17, 2025



Copyright: © 2025 by the authors.
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Perkembangan pesat di era digitalisasi 4.0 mengakibatkan banyak individu masih terjebak dalam pola perilaku konsumsi yang tidak sehat akibat tekanan sosial dan Perilaku Fear of Missing Out (FOMO) apalagi dalam kalangan Generasi-Z. Mereka tumbuh di tengah pesatnya perkembangan dalam era digital atau sering kita kenal Digital Native. Kondisi ini dapat berdampak dan mengakibatkan pada pengeluaran individu yang tidak terstruktur dan kurang terencana, biasanya mereka melakukan pembelian berdasarkan keinginan bukan kebutuhan, hal ini dapat menyebabkan potensi masalah keuangan di masa mendatang.

Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024 yang diselenggarakan Otorisasi Jasa Keuangan (OJK), menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 65,43% yang memiliki pemahaman literasi keuangan dengan baik (Well Literate). Sedangkan, indeks inklusi keuangan Indonesia mencapai 75,02% yang terinklusi keuangan. Dengan demikian, Sebagian besar masyarakat belum memiliki pemahaman yang cukup terhadap pengelolaan keuangan pribadinya dengan bijak. Adanya kesenjangan antara pemahaman pengetahuan yang dimiliki dengan implementasinya.

Muncul sebuah fenomena di kalangan Generasi-Z yakni kecenderungan perilaku Fear of Missing Out (FOMO), merupakan rasa khawatir akan peristiwa atau pengalaman sosial yang sedang terjadi juga dikenal sebagai perilaku Fear of Missing Out (FOMO) (Przybylski et al., 2013). Fenomena lain pada Generasi-Z ini dapat ditandai dengan meningkatnya penggunaan media sosial, gaya hidup mewah, *Financial Technology (FinTech)*, konten *lifestyle influencer*, serta tren belanja online pada Generasi-Z rentan mengalami Fear of Missing Out (FOMO) yang dapat mendorong seseorang untuk berbelanja sesuai dengan keinginan sehingga tidak dapat mengelola keuangan dengan baik. (Sumber: JWT FOMO 2012).

Berdasarkan data dari IDN *Research Institute* yang berjudul "Indonesia Gen-Z Report 2024", hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi-Z di Indonesia sebesar 73% Generasi-Z mengalami *Fear of Missing Out (FOMO)*. Rendahnya literasi keuangan dan perencanaan keuangan yang belum optimal memicu perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* dalam konteks keuangan. Kondisi ini menyulitkan pengelolaan keuangan pribadi, terutama karena keputusan pembelian banyak dipengaruhi oleh konten media sosial. Kehidupan digital pada Generasi-Z ini dipengaruhi oleh tren konsumsi konten video dari platform favorit yaitu Instagram dan Tiktok Adapun sebagian Generasi-Z lebih memilih platform streaming dan meningkatnya popularitas metode *Buy Now, Pay Later (BNPL)*. Sesuai dengan data dari Survei Perilaku Keuangan Generasi Z & Generasi Y pada Tahun 2021 oleh Katadata Insight Center (zigi.id) menghasilkan kebutuhan rutin bulanan yang banyak dipilih responden pada Generasi-Z ialah Belanja komunikasi paling besar data nya seperti untuk pulsa, internet dengan diikuti belanja bahan makanan, membeli fashion, aksesoris, belum mengalokasikan dana untuk tabungan serta belum memiliki asuransi kesehatan.

Merujuk pada data penelitian sebelumnya yang beragam telah dilakukan oleh (S. A. Nur & Wulandari, 2024) mengemukakan bahwa perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)* ini dapat berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan individu. Berbeda dengan itu, ada pendapat yang dilakukan oleh (Novitasari et al., 2021). Di sisi lain, terdapat argumen berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Risma Alifia Khoirunnisa, 2024) mengindikasikan bahwa literasi keuangan dapat berfungsi sebagai faktor yang memperkuat atau mengurangi hubungan antara pengelolaan keuangan dengan perilaku *Fear of Missing Out (FOMO)*, *Love Of Money*, dan Kontrol Diri.

Dengan demikian, apabila akses informasi yang kini semakin luas karena faktor digital, termasuk pada bidang pengelolaan keuangan, jika tidak didasari terhadap pemahaman dan pengetahuan literasi keuangan yang baik, maka kemudahan dalam mengakses informasi tersebut justru akan memberikan dampak negatif. Ketidakmampuan dalam mengelola keuangan secara bijaksana dapat menyebabkan pengelolaan keuangan yang tidak efektif dan cenderung lebih konsumtif sehingga akan menyebabkan keputusan keuangan yang impulsif. Selain itu, adanya kesenjangan antara literasi keuangan dengan perilaku, dan masih banyak juga yang

kesulitan dalam mengelola keuangan pribadinya, dengan keterbatasan pengetahuan finansial yang tidak selalu sejalan dengan implementasinya.

Berdasarkan data statistik pada *Financial Capability in the United States* tahun 2019 (FINRA) menegaskan Generasi-Z ini rentan terhadap perilaku konsumtif dan cenderung berbelanja lebih impulsif yang disebabkan oleh tren di media sosial dalam pengambilan keputusan keuangan individu. Dengan merujuk pada data yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memutuskan untuk menjadikan kalangan Generasi-Z yang berdomisili di Kota Bandung sebagai sasaran objek studi penelitian. Data-data di atas menjadi dasar bagi peneliti untuk memilih objek penelitian yakni Generasi-Z di Kota Bandung sebagai fokus penelitian.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka riset yang lebih mendalam sangat diperlukan untuk memahami perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi, mengurangi efektivitas perencanaan keuangan jangka panjang, mendorong keputusan keuangan yang kurang bijak, dan berpotensi menimbulkan konsekuensi serta merugikan masalah keuangan di masa depan. Selain itu, dapat mempengaruhi potensi kerugian finansial akibat keputusan keuangan impulsif berbasis *Fear of Missing Out* (FOMO). Kebaruan topik penelitian ini akan sangat relevan dan menjadi sebuah perspektif yang baru dalam literatur bagi akademisi, praktisi keuangan, pemangku kepentingan, institusi pendidikan, pemerintah, dan program edukasi dalam merencanakan program literasi keuangan yang lebih responsif terhadap Generasi-Z. Studi ini berfokus untuk mengkaji konsep keterkaitan bagaimana literasi keuangan dalam konteks ini dapat memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi sehubungan dengan adanya perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan objek penelitian di kalangan Generasi-Z Kota Bandung.

Dengan meningkatnya ketergantungan Generasi-Z terhadap perilaku finansial keuangan pribadi mereka, serta memahami bagaimana pengambilan keputusan, pengelolaan finansial pribadi, dan pemahaman keuangan pada Generasi-Z. Harapannya adalah mampu mencegah dan meminimalkan dampak negatif pada perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap pengelolaan atau perilaku keuangan pribadi pada kalangan Generasi-Z di wilayah Kota Bandung. Selain itu diharapkan untuk merancang strategi terhadap intervensi akan dapat lebih efektif untuk dapat meningkatkan pemahaman terhadap literasi keuangan, menawarkan kontribusi yang berharga baik dalam implikasi teori maupun praktik untuk memperdalam pemahaman mengenai perilaku keuangan pribadi di kalangan Generasi-Z Kota Bandung.

Setelah mempertimbangkan fenomena yang telah dipaparkan, peneliti memutuskan untuk menggunakan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Generasi-Z di Kota Bandung”.

2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait

2.1. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) adalah sebuah istilah yang relative baru ini terdengar marak di kalangan anak muda di Indonesia dengan merujuk kepada rasa kekhawatiran akan tertinggal dari momen yang sedang terjadi disebabkan oleh ketertarikan yang tinggi terhadap kesehatan mental, yang bisa saja berkembang akibat faktor-faktor situasional di sekitarnya. Dalam pandangan (Przybylski et al., 2013) istilah tersebut didefinisikan sebagai sebuah kondisi psikologis yang terjadi pada individu dengan ditandai perasaan gelisah atau cemas, takut ketinggalan, dan merasa kehilangan terhadap suatu pengalaman berharga. Hal ini berkaitan dengan perasaan yang dialami oleh individu ketika mereka tidak terlibat dalam suatu momen, yang memicu keinginan kuat untuk terus terlibat dalam tren dan aktivitas yang dilakukan orang lain melalui platform media sosial.

Hasil analisis yang dilakukan oleh (Annastika Defi K., 2024) mengemukakan bahwa perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh signifikan terhadap pembelian yang dilakukan secara impulsif. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Asyifa et al., 2024) menunjukkan bahwa perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh yang signifikan pada pembelian impulsif pada Generasi-Z misalnya pembelian Impulsif pada Generasi-Z yang merasa takut ketinggalan terhadap pembelian impulsif dalam pembelian makanan online.

2.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan, sebagaimana didefinisikan dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Revisit 2017 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merujuk pada kemampuan individu dalam hal pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*). Ketiga elemen tersebut berperan penting untuk mempengaruhi cara mereka dalam membentuk sikap dan perilaku yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang efektif demi mencapai kesejahteraan finansial (Keuangan, 2017).

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2017) mendefinisikan Literasi Keuangan sebagai kombinasi dari pengetahuan, pemahaman mengenai konsep dan risiko keuangan, keterampilan, motivasi, serta keyakinan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang efektif dan meningkatkan kesejahteraan finansial. Definisi ini diperluas oleh (Remund, 2010) dalam SNLKI Revisit 2017, yang menekankan pentingnya pemahaman konsep keuangan, kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, serta kemampuan untuk pengambilan keputusan dengan cerdas dalam jangka pendek serta perencanaan jangka panjang dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi.

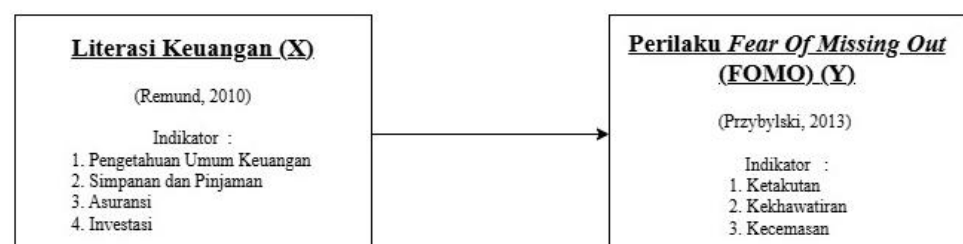
Literasi keuangan sangat memiliki peran yang penting bagi para Generasi-Z yang dapat memudahkan individu untuk pemahaman tentang konsep keuangan memungkinkan membantu mereka untuk membuat keputusan finansial yang lebih cerdas dan bijaksana serta bisa mencegah perilaku konsumtif dan gaya hedonisme yang tinggi dimana hal ini sering kali didorong karena faktor kecemasan sosial di tengah maraknya berbagai pilihan dan keinginan yang tinggi.

2.3 Pengelolaan Keuangan Pribadi

Dalam penelitian (Paramita & Musqari, 2024) terdapat definisi Manajemen Keuangan Pribadi menurut (Kholilah dan Iramani, 2013) menjelaskan bahwa sebuah proses dalam mengelola apa yang dimiliki serta berkaitan dengan tanggung jawab individu dalam mengelola keuangannya. Mengacu pada hasil riset yang telah dilakukan Kapoor dkk (2007) dalam kutipan jurnal penelitian (Yushita, 2017) memberikan penjelasan bahwa pengelolaan keuangan pribadi ialah sarana untuk mencapai kesuksesan ekonomi. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, seseorang dapat terhindar dari kebiasaan konsumtif yang tidak terbatas. Pengelolaan keuangan pribadi sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipahami dan dimiliki oleh setiap individu dalam mengelola aset pribadi mereka karena sudah menjadi hal yang sangat relevan di era modern ini.

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam studi ini, digunakan kerangka pemikiran yang terdapat indikasi adanya pengaruh langsung berupa panah yang menunjukkan hubungan satu arah dari variabel literasi keuangan (X) dan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y) dinilai dapat berdampak pada pengelolaan keuangan pribadi individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji seberapa besar pemahaman finansial di kalangan Generasi-Z di Kota Bandung memengaruhi kecenderungan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam keputusan keuangan dan pengelolaan keuangan pribadinya. Adapun alur logis kerangka pemikiran dalam penelitian ilmiah ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran (Sumber: Diolah Penulis, 2025)

Mengacu pada kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah “Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO)”.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online guna memperoleh data primer yang kemudian dianalisis menggunakan metode kuantitatif untuk menguji pengaruh literasi keuangan sebagai variabel independen terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi-Z yang lahir atau berdomisili di Kota Bandung dengan menggunakan Google Forms dengan jumlah sampel berdasarkan perhitungan rumus slovin. Populasi dalam penelitian ini, termuat dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung Tahun 2024 tercatat jumlah populasi Generasi-Z penduduk Kota Bandung berjumlah 792.844 jiwa. Kemudian, teknik yang diterapkan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu cara pengambilan sampel sumber data dengan memperhatikan pertimbangan serta kriteria tertentu. Dalam menentukan sampel, peneliti menyesuaikan dengan kriteria yang diinginkan dalam penelitian ilmiah ini, yakni Generasi-Z di Kota Bandung. Penulis menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ilmiah ini dengan berdasarkan pada perhitungan Rumus Slovin dan jumlah pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ilmiah ini adalah 99,98 dan dibulatkan menjadi minimal 100 responden dari Generasi-Z di Kota Bandung berdasarkan perhitungan yang telah ditetapkan. Akan tetapi responden yang mengisi kuisisioner sebanyak 108 responden yang mengisi kuesioner secara valid, sehingga telah memenuhi syarat minimum sampel sesuai perhitungan yang ditetapkan maka seluruh responden digunakan dalam analisis karena dinilai layak dan memenuhi kriteria penilaian.

Generasi-Z di wilayah Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat menjadi subjek utama dalam penelitian ilmiah ini. Mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 disebut sebagai Generasi-Z, Generasi Zoomers, atau dikenal sebagai iGeneration. Kota Bandung dipilih karena sebagai kota metropolitan ketiga yang tergolong kreatif serta dikenal sebagai trendsetter dalam bidang kuliner, gaya hidup, dan fashion terkini serta memiliki budaya konsumtif yang kuat untuk kalangan anak muda Generasi-Z khususnya. Generasi-Z yang memiliki akses teknologi digital yang luas dalam bidang peluang finansial, bisa itu dari pekerjaan mereka, bisnis yang sedang dijalankan, ataupun investasi yang digunakan oleh para Generasi-Z. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana pengelolaan keuangan pribadi mempengaruhi literasi keuangan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi-Z di Kota Bandung. Teknik pengujian instrumen mencakup Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan menggunakan Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Asumsi Klasik, Uji Koefisien Korelasi, dan Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*). Kemudian, hipotesis diuji menggunakan Uji-t. Seluruh analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS V27.

3.1 Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan (X) menurut (Remund, 2010) dan Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) menurut (Przybylski et al., 2013).

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
Literasi Keuangan (Remund, 2010) dalam SNLKI 2017 oleh OJK	Kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan konsep serta pengetahuan keuangan dalam pengelolaan keuangan pribadi.	1. Pengetahuan Umum Keuangan 2. Simpanan dan Pinjaman 3. Asuransi 4. Investasi	Likert
Perilaku <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (Przybylski et al., 2013)	Kekhawatiran terhadap kehilangan kesempatan berharga yang dialami	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan	Likert

orang lain ketika
seseorang tidak ikut
serta dalam peristiwa
tersebut.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Klasifikasi Data Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin			
No	Jenis Kelamin	Total Responden	Persentase
1	Perempuan	70	64,8%
2	Laki-Laki	38	35,2%
Total		108	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 2 dari hasil kuesioner yang disebarkan terdapat sejumlah 108 responden mengenai jenis kelamin responden penelitian. Dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdapat sejumlah 70 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 64,8%, dan jenis kelamin laki-laki sejumlah 38 responden dengan persentase 35,2%. Data ini mengungkapkan bahwa sebagian besar responden yang berkontribusi dalam penelitian ini adalah perempuan.

Karakteristik Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tabel 3. Klasifikasi Data Hasil Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran			
No	Tahun Kelahiran	Total Responden	Persentase
1	1997	10	9,3%
2	1998	7	6,5%
3	1999	9	8,3%
4	2000	11	10,2%
5	2001	12	11,1%
6	2002	18	16,7%
7	2003	12	11,1%
8	2004	5	4,6%
9	2005	6	5,6%
10	2006	4	3,7%
11	2007	6	5,6%
12	2008	4	3,7%
13	2009	2	1,9%
14	2010	1	0,9%
15	2011	1	0,9%
16	2012	0	0,0%
Total		108	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 3 diketahui karakteristik responden berdasarkan tahun kelahiran Generasi-Z mengindikasikan bahwa sebagian besar responden Generasi-Z yang berkontribusi dalam penelitian ini adalah dengan rentang tahun 1997-2003 dengan didominasi terbesar pada tahun 2002. Responden disini sebagian besar berada dalam kelompok usia remaja akhir hingga dewasa muda. Hasil penelitian ini sangat relevan dalam memahami pola pikir, perilaku dan preferensi Generasi-Z dalam konteks yang sedang diteliti.

Karakteristik Pendidikan

Tabel 4. Klasifikasi Data Hasil Responden Berdasarkan Pendidikan

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan			
No	Pendidikan	Total Responden	Persentase
1	SMP	2	1,9%
2	SMA/SMK	42	38,9%
3	D3	9	8,3%
4	S1	51	47,2%
5	S2	4	3,7%
Total		108	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 4 dari hasil kuesioner mengindikasikan sebagian besar responden memiliki tingkat Pendidikan yang cukup untuk memahami konteks penelitian. Sementara jumlah responden dengan Pendidikan SMP, D3 dan S2 relatif lebih sedikit, yang menunjukkan bahwa kelompok dengan Pendidikan dasar dan pascasarjana kurang terwakili dalam penelitian ini.

Karakteristik Pekerjaan

Tabel 5. Klasifikasi Data Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan			
No	Pekerjaan	Total Responden	Persentase
1	Pelajar	14	13,0%
2	Mahasiswa/i	37	34,3%
3	Karyawan	35	32,4%
4	Wirausaha	18	16,7%
5	ASN	1	0,9%
6	Pegawai BUMN	1	0,9%
7	Pegawai Negeri Sipil	1	0,9%
8	Perawat	1	0,9%
Total		108	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 5 data penelitian ini mengungkapkan bahwa Sebagian besar responden yang berkontribusi dalam penelitian ini berstatus mahasiswa dan karyawan, hal ini mencerminkan penelitian ini melibatkan individu yang sedang menempuh pendidikan tinggi atau sudah memasuki dunia kerja. Jumlah pelajar dan wirausaha juga cukup signifikan, dengan menunjukkan bahwa penelitian ini menjangkau kelompok usia muda yang masih dalam tahap pendidikan maupun berwirausaha. Sementara itu, profesi dalam sektor pemerintahan dan kesehatan untuk pekerjaan ASN, Pegawai BUMN, PNS, dan perawat kurang mewakili dalam penelitian ini.

Karakteristik Pendapatan Per Bulan

Tabel 6. Klasifikasi Data Hasil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan			
No	Pendapatan	Total Responden	Persentase
1	< Rp 2 Juta	37	34,6%
2	Rp 2 - 5 Juta	38	35,5%
3	Rp 5 - 10 Juta	19	17,8%
4	> Rp 10 Juta	11	10,3%
5	Belum bekerja	3	1,8%
Total		108	100%

Sumber: Data Primer Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data penelitian pada Tabel 6 menunjukkan bahwa mayoritas responden Generasi-Z memberikan bahwa ada variasi dalam tingkat pendapatan responden, kemungkinan sebagian besar berasal dari kelompok mahasiswa dan pekerja dengan gaji pemula. Hal ini dapat menjadi faktor penting dalam memahami pola konsumsi, gaya hidup, atau keputusan finansial mereka dalam konteks penelitian yang dilakukan.

4.2. Hasil Pengolahan Data

Uji Validitas

Untuk hasil pengujian dari setiap instrumen variabel berdasarkan perhitungan dengan menggunakan IBM SPSS 27 yang disajikan pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Literasi Keuangan (X1)			
Butir Pertanyaan	Hasil r Hitung	Kriteria r Tabel	Keterangan
Pengetahuan Umum Keuangan (X1.1)	0,660	0,189	VALID
Pengetahuan Umum Keuangan (X1.2)	0,522	0,189	VALID
Simpanan (X1.3)	0,667	0,189	VALID
Simpanan (X1.4)	0,704	0,189	VALID
Pinjaman (X1.5)	0,802	0,189	VALID
Pinjaman (X1.6)	0,707	0,189	VALID
Asuransi (X1.7)	0,644	0,189	VALID
Asuranasi (X1.8)	0,636	0,189	VALID
Investasi (X1.9)	0,661	0,189	VALID
Investasi (X1.10)	0,683	0,189	VALID

Perilaku <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)			
Butir Pertanyaan	Hasil r Hitung	Kriteria r Tabel	Keterangan
Ketakutan (Y1.1)	0,691	0,189	VALID
Ketakutan (Y1.2)	0,711	0,189	VALID
Kekhawatiran (Y1.3)	0,814	0,189	VALID
Kekhawatiran Y1.4)	0,72	0,189	VALID
Kecemasan (Y1.5)	0,731	0,189	VALID
Kecemasan (Y1.6)	0,566	0,189	VALID

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Dari hasil pengujian validitas yang telah disajikan menggunakan IBM SPSS 27, didapatkan bahwa nilai r hitung melebihi r tabel pada 16 butir pernyataan kuesioner variabel literasi keuangan dan variabel Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh pernyataan yang diajukan dalam kuesioner telah memenuhi syarat validitas sehingga mampu mengukur aspek variabel dengan baik dan terbukti valid sebagai instrumen pengukuran variabel dalam konteks penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Kriteria	Hasil Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	10	0,60	0,861	Reliabel
Perilaku <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	6	0,60	0,796	Reliabel

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 8 dinyatakan bahwa seluruh instrumen tersebut reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi batas minimal 0,60. Maka dari itu, kuesioner untuk masing-masing variabel tersebut dianggap reliabel dan layak digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

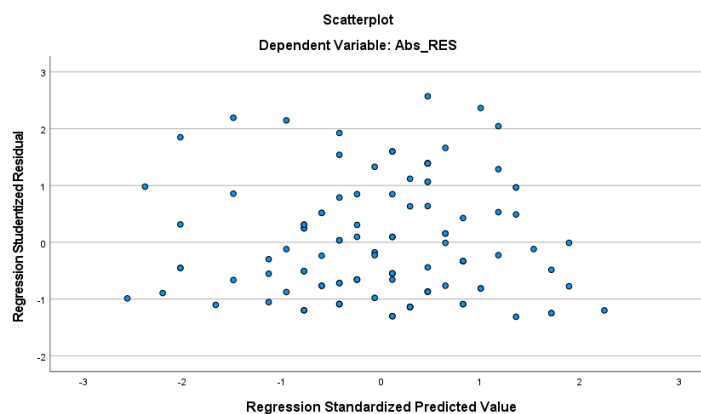
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.23576585
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.038
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 9 didapatkan nilai signifikansi *Asymp. Sig* (2-tailed) tercantum sebesar 0,200 atau melebihi batas Alpha (0,05) maka diperoleh keputusan data residual model regresi untuk variabel literasi keuangan dan Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) berdistribusi dengan normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Pada Gambar 2 dapat dilihat grafik menunjukkan penyebaran data tidak membentuk pola tertentu dan tidak ada indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi atau dalam kata lain memenuhi asumsi heteroskedastisitas atau varian residual konstan.

Uji Linearitas

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
FOMO (Y) * Literasi Keuangan (X)	Between Groups	(Combined)	658.921	24	27.455	5.686	.000
		Linearity	524.802	1	524.802	108.696	.000
		Deviation from Linearity	134.119	23	5.831	1.208	.262
	Within Groups		400.736	83	4.828		
	Total		1059.657	107			

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,262 ($p > 0,05$) menunjukkan tidak adanya penyimpangan dari pola linearitas atau memiliki hubungan yang linear antara variabel. Dengan terpenuhinya asumsi linearitas, hubungan antara kedua variabel dapat dianalisis lebih lanjut linear menggunakan metode regresi linear.

4.4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Anova Tabel)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	524.802	1	524.802	104.008	.000 ^b
	Residual	534.855	106	5.046		
	Total	1059.657	107			
a. Dependent Variable: FOMO (Y)						
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan (X)						

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan hasil output pada Tabel 11 nilai F hitung diketahui 104,008 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga, model regresi dinyatakan layak untuk memprediksi pengaruh variabel literasi keuangan (X) terhadap variabel perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y).

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (*Coefficient*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.952	1.460		5.447
	Literasi Keuangan (X)	.394	.039	.704	10.198
a. Dependent Variable: FOMO (Y)					

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Pada Tabel 12 hasil perhitungan koefisien regresi linear sederhana, dengan menggunakan IBM SPSS V27 diperoleh hasil nilai konstanta $a = 7,952$ dan koefisien $b = 0,394$. Sehingga persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah $Y = 7,952 + 0,394 X$.

Dari persamaan regresi di atas, nilai konstanta sebesar 7,952 menyatakan bahwa nilai konsisten variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y) yakni sebesar 7,952. Adapun nilai koefisien regresi bernilai 0,394 mengindikasikan bahwa setiap tambahan 1 poin pada variabel literasi keuangan (X) menyebabkan kenaikan variabel Y meningkat sebesar 0,394 poin. Koefisien regresi bernilai positif, dan dapat dikatakan bahwa arah variabel literasi keuangan (X) terhadap variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y) berpengaruh positif.

Dengan demikian, nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,005$, menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y). Selain itu, diketahui nilai $t\text{-hitung} = 10,198 > 1,982$ ($t\text{-tabel}$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan (X) terhadap variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y) berpengaruh secara signifikan.

4.5. Hasil Koefisien Korelasi

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations			
		Literasi Keuangan (X)	FOMO (Y)
Literasi Keuangan (X)	Pearson		
	Correlation	1	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	108	108
FOMO (Y)	Pearson		
	Correlation	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	108	108

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 13 hasil analisis koefisien korelasi pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05 menunjukkan adanya hubungan korelasi. Demikian dengan nilai *Pearson Correlation* yang diperoleh adalah 0,704 dimana jika berdasar pada pedoman derajat hubungan uji korelasi termasuk ke dalam kategori korelasi kuat dan positif. Merujuk pada nilai r hitung yang tercantum pada tabel di atas diperoleh 0,704 sedangkan nilai r tabel 0,189. Maka r hitung $> r$ tabel dan dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dari itu, hasil analisis koefisien korelasi literasi keuangan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan.

4.6. Hasil Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Tabel 14. Hasil Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.495	.490	2.24629
a. Predictors: (Constant), X				

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan output SPSS pada Tabel 14 nilai *R-Square* menunjukkan 0,495 artinya sebesar 49,5% variabel (X) dapat mempengaruhi variabel (Y) sedangkan 50,5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dan tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

4.7. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji-t

Tabel 15. Hasil Uji-t					
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.952	1.460	5.447	.000
	Literasi	.394	.039	.704	10.198
	Keuangan (X)				.000

a. Dependent Variable: FOMO (Y)

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 15 mengindikasikan variabel (X) yakni literasi keuangan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 10,198 atau lebih besar dari nilai t-tabel yakni sebesar 1,982 serta nilai signifikansi nya yakni sebesar 0,000 menyatakan lebih kecil dari nilai 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan (X) berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel (Y). Merujuk pada Tabel 15 mengindikasikan adanya pengaruh antara variabel (X) yakni literasi keuangan dengan variabel (Y) yakni perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi-Z di Kota Bandung. Adapun hasil perhitungan Uji-T menggunakan IBM SPSS V.27 berdasarkan Tabel di atas Variabel (X) yakni literasi keuangan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 10,198 atau lebih besar dari nilai t-tabel yakni sebesar 1,982 serta nilai signifikansi nya yakni sebesar 0,000 menyatakan lebih rendah dari nilai 0,05 dan untuk nilai Beta nya adalah 0,704 menyatakan positif.

Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X) memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y). Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menyatakan adanya pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Hasil penelitian ini sangat bertentangan dengan dugaan awal yang menyatakan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi akan menurunkan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Namun sebaliknya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka kecenderungan untuk mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam pengelolaan keuangan pribadi akan semakin meningkat pula. Adapun jika individu dengan literasi keuangan yang tinggi tidak selalu otomatis langsung terhindar terhadap pengaruh sosial dalam keputusan keuangan tertentu. Bahkan, bisa saja merasa lebih yakin untuk mengikuti tren keuangan atau gaya hidup finansial dengan pola konsumsi tertentu karena percaya diri terlibat dalam menilai peluang dan risiko secara rasional. Ini menandakan bahwa literasi keuangan belum tentu efektif dalam menekan perilaku mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO).

5. Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi-Z di Kota Bandung

Hasil analisis penelitian mengonfirmasi bahwa Literasi Keuangan (X) terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) (Y) berpengaruh positif secara signifikan di kalangan Generasi-Z di Kota Bandung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 10,198 melebihi dari nilai t-tabel yakni sebesar 1,982 serta nilai signifikansi nya yakni sebesar 0,000 menyatakan < dari nilai 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka kecenderungan untuk mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam pengelolaan keuangan pribadi akan semakin meningkat pula.

Berdasarkan hasil analisis, temuan ini sangat bertentangan dengan dugaan awal yang menyatakan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi akan menurunkan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Namun hasil penelitian sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh (Risma Alifia Khoirunnisa, 2024) mengindikasikan bahwa individu dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih terpapar informasi tentang investasi, tren keuangan, dan strategi keuangan. Adapun penelitian lain yang sejalan yakni dilakukan oleh (Annastika Defi K., 2024) mengemukakan bahwa perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh signifikan terhadap pembelian yang dilakukan secara impulsif. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Asyifa et al., 2024) menunjukkan bahwa perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh yang signifikan pada pembelian impulsif pada Generasi-Z misalnya pembelian impulsif pada makanan online. Pentingnya literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan pribadi, terutama pada individu yang rentan terhadap konsumerisme akibat tren global dan media sosial. Selain itu juga akan lebih sadar akan tren keuangan, peluang investasi, serta gaya hidup finansial orang lain. Akibatnya mereka merasa terdorong untuk mengikuti tren agar tidak tertinggal dalam pengambilan keputusan keuangan, yang meningkatkan perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Selain itu, semakin sadar terhadap berbagai peluang investasi, diskon, atau tren keuangan yang sedang berkembang sehingga dapat meningkatkan rasa takut ketinggalan informasi atau kesempatan.

Berdasarkan hasil analisis regresi dalam penelitian ini ketika koefisien regresi bernilai positif, memiliki arti peningkatan literasi keuangan akan memberikan pengaruh terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Dengan kata lain, walaupun semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki individu, kecenderungan mengalami perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam pengelolaan keuangan pribadinya belum tentu membuatnya terbebas. Hal tersebut karena pengetahuan keuangan yang dimiliki atau literasi keuangan yang dimiliki seringkali hanya sebatas teori nya saja dan belum diaplikasikan secara konsisten serta penerapan nyata dalam pengambilan pengelolaan keuangan sehari-hari. Mungkin saja individu tersebut sudah memahami konsep keuangan seperti budgeting, menabung, investasi, dan manajemen risiko, namun belum mampu mengimplementasikannya secara disiplin dalam praktik.

Berbagai faktor penyebab lain yang bisa berpengaruh, salah satunya pengaruh kuat dari sosial dan tekanan dari lingkungan sekitar, terutama media sosial yang seringkali menampilkan gaya hidup konsumtif dan peluang finansial yang lebih menarik contohnya investasi. Dalam situasi seperti ini, meskipun secara rasional individu tahu keputusan mana yang tepat, namun secara emosional mereka tetap terdorong mengikuti tren karena takut tertinggal atau kehilangan kesempatan. Adapun karena kurangnya pengendalian diri yang menjadi faktor utama. Hal ini menunjukkan apabila individu memiliki pengendalian diri yang baik akan lebih mampu menahan keinginan untuk mengikuti tren keuangan atau konsumsi yang sedang populer, serta akan lebih memiliki kecenderungan pengambilan keputusan finansial berdasarkan pertimbangan yang matang daripada sekedar dorongan emosional atau tekanan sosial. Jika tidak didasarkan pengendalian diri yang baik, pengetahuan keuangan tidak akan cukup untuk menghindarkan seseorang dari keputusan impulsif atau emosional. Maka dari itu, literasi keuangan yang hanya sebatas teori saja tidak cukup untuk mencegah perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Diperlukan adanya pendekatan yang lebih menyeluruh, termasuk pada pengembangan sikap keuangan yang sehat dan penguatan kemampuan pengendalian diri agar individu dapat menghadapi tekanan sosial dan godaan konsumtif dengan lebih bijak.

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Younas & Farooq, 2019) mengindikasikan bahwa pengendalian diri dapat membantu dalam melakukan pengambilan suatu keputusan yang baik, sehingga bisa menjadikan seseorang kaya secara finansial, kaya, dan sukses. Adapun pendapat (Baumeister, 2002) mengemukakan bahwa pengendalian diri berdampak pada pengelolaan keuangan yang lebih efektif sehingga seseorang dapat memiliki kemampuan dalam pengelolaan keuangannya dengan tujuan mengalokasikan lebih banyak sumber daya. Maka dari itu, peneliti sangat mendukung pernyataan menurut (M. H. Nur et al., 2022) yakni peran keuangan dianggap sangat penting untuk meningkatkan dan melemahkan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan.

Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang hanya sebatas teori saja tidak cukup untuk mencegah perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Namun, diperlukan peningkatan literasi keuangan harus disertai dengan penguatan dalam kemampuan pengendalian diri agar pengetahuan yang dimiliki bisa lebih baik dan tidak akan memicu perilaku konsumtif atau keputusan finansial yang hanya didasarkan pada tekanan sosial atau sekadar mengikuti tren. Literasi keuangan bukan satu-satunya faktor yang dapat mengurangi *Fear of Missing Out* (FOMO), melainkan perlu didukung adanya pendekatan yang lebih menyeluruh oleh faktor lain misalnya pengembangan sikap keuangan yang sehat dan pengendalian diri atau kesadaran akan bias perilaku keuangan dapat menghadapi tekanan sosial dan godaan konsumtif dengan lebih bijak.

Penelitian ini merupakan temuan baru yang mengaitkan korelasi antara Literasi Keuangan dengan Perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) yang secara komprehensif belum banyak membahas secara detail pada kalangan Generasi-Z di Kota Bandung. Kebanyakan studi hanya meneliti Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif secara umum, tanpa mengaitkannya dengan fenomena psikologis spesifik seperti *Fear of Missing Out* (FOMO). Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka riset mendalam sangat diperlukan untuk memahami perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi, mengurangi efektivitas perencanaan keuangan jangka panjang, mendorong keputusan keuangan yang kurang bijak, dan berpotensi menimbulkan konsekuensi serta merugikan masalah keuangan di masa depan. Adapun dapat memengaruhi potensi kerugian finansial akibat keputusan keuangan impulsif berbasis *Fear of Missing Out* (FOMO). Selain itu penelitian ini memberikan insight baru bahwa meskipun Literasi Keuangan ini dianggap penting, tetapi dibutuhkan faktor lain seperti Self-Control atau pengendalian diri dari setiap individu agar pengelolaan keuangan bisa optimal yang kemudian saya sarankan untuk diteliti lebih lanjut.

6. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan dituangkan dalam hasil pembahasan, temuan penelitian ilmiah ini mengindikasikan temuan baru yang menghasilkan kesimpulan yakni Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) pada kalangan Generasi-Z di Kota Bandung menunjukkan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) di kalangan Generasi-Z di Kota Bandung. Hasil temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang hanya sebatas teori saja tidak cukup untuk mencegah perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Namun, diperlukan peningkatan literasi keuangan harus disertai dengan penguatan dalam kemampuan pengendalian diri agar pengetahuan yang dimiliki bisa lebih baik dan tidak akan memicu perilaku konsumtif atau keputusan finansial yang hanya didasarkan pada tekanan sosial atau sekadar mengikuti tren. Literasi keuangan bukan satu-satunya faktor yang dapat mengurangi *Fear of Missing Out* (FOMO), melainkan perlu didukung adanya pendekatan yang lebih menyeluruh oleh faktor lain. Hal tersebut karena pengetahuan keuangan yang dimiliki atau literasi keuangan yang dimiliki seringkali belum diaplikasikan secara konsisten serta penerapan nyata dalam pengambilan pengelolaan keuangan sehari-hari. Maka dari itu, peningkatan literasi keuangan sangat diperlukan untuk mengurangi kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berlebihan di kalangan Generasi-Z dengan upaya edukasi finansial untuk membantu individu lebih rasional dalam membuat keputusan finansial dan lebih resisten terhadap tekanan sosial. Selain itu edukasi keuangan juga perlu untuk menekankan pengendalian emosi dan kesadaran terhadap bias perilaku keuangan, agar para Generasi-Z tidak mudah terjebak dalam keputusan impulsif akibat *Fear of Missing Out* (FOMO).

Adapun saran yang diajukan untuk memperkaya penelitian ini yang bisa dijadikan pertimbangan atau menjadi acuan disarankan untuk para Generasi-Z diharapkan dapat meningkatkan pemahaman literasi keuangan secara komprehensif yang tidak hanya dari sisi pengetahuan saja tetapi juga pada penerapan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu dapat meningkatkan *Self-Control* yang baik dalam melakukan keputusan keuangan guna menghindari pembelian impulsif yang dapat memicu *Fear of Missing Out* (FOMO) dengan membuat anggaran jelas dan disiplin dengan mempertimbangkan jangka panjang dari setiap pengeluaran. Adapun diharapkan dapat mengurangi perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam pengambilan keputusan keuangan agar tidak terjadi konsumsi berlebih akibat media sosial yang bersifat

manipulatif serta membangun kesadaran bahwa kepuasan finansial tidak selalu ditentukan oleh konsumsi berlebihan tetapi juga pada pengelolaan keuangan yang sehat, stabil sehingga bisa lebih rasional. Kemudian melakukan kebiasaan budgeting dalam pencatatan serta pengelolaan keuangan pribadi sehingga akan lebih menyadari kondisi finansial.

Sedangkan untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan menambahkan variabel *intervening* atau variabel lain dengan mempertimbangkan faktor eksternal, seperti *social media usage*, *emotional intelligence*, *Self-Control* atau pengendalian diri, pengaruh keluarga, teman sebaya, atau lingkungan digital. Selain itu dapat melakukan eksperimen atau intervensi edukasi keuangan untuk melihat efektivitas program peningkatan literasi keuangan yang menekankan pada perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO). Selain itu, dapat menggunakan metode campuran (*mixed-method*) agar aspek kuantitatif dapat diukur sekaligus memahami secara mendalam faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) melalui wawancara atau studi kasus. Melakukan penelitian dalam kelompok yang berbeda untuk mengevaluasi perbedaan tingkat literasi keuangan serta kerentanan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam konteks lingkungan digital modern.

Adapun saran praktis yang dapat digunakan oleh Lembaga keuangan, institusi Pendidikan, pemerintah, dan lingkungan kerja berperan aktif dalam meningkatkan literasi keuangan dengan mengembangkan program edukasi literasi keuangan yang berbasis digital dengan tampilan menarik, interaktif, serta aplikatif yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi-Z dan menekankan terhadap penerapan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Sementara untuk institusi Pendidikan diharapkan dengan adanya materi literasi keuangan dalam kurikulum praktis yang bisa dilakukan secara aplikatif seperti simulasi anggaran dalam proyek perencanaan keuangan. Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat menyelenggarakan kampanye edukatif melalui media sosial. Dengan adanya rekomendasi praktis ini diharapkan dapat membentuk generasi muda yang tidak hanya cerdas secara finansial, tetapi juga mampu mengendalikan diri dalam menghadapi tekanan sosial serta tren konsumtif berbasis *Fear of Missing Out* (FOMO).

Pendanaan : Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

Ucapan Terima Kasih : Penulis mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan penelitian ilmiah ini, serta kepada responden Generasi-Z Kota Bandung yang telah membantu selama proses penelitian ini dalam memberikan gambaran yang akurat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi edukasi keuangan yang lebih efektif bagi Generasi Z, khususnya di Kota Bandung.

Konflik Kepentingan : Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Daftar Pustaka

- [1] Annastika Defi K., J. M. A. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (dan Financial Literacy terhadap Impulse Buying pada Generasi Z. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 12 No. 9(1). <https://doi.org/10.58578/ahkam.v3i1.2619>
- [2] Asyifa, H. A., Hidayah, K., & Haryanto, H. C. (2024). PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF ONLINE FOOD DELIVERY PADA GENERASI Z. 44–56.
- [3] Baumeister, R. F. (2002). Yielding to Temptation: Self-control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior including the books Evil: Inside Human Violence and Cruelty, Meanings of Life, Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation, and The Social Dimension of. *The Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- [4] Keuangan, O. J. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- [5] Novitasari, D., Juliana, J., Asbary, M., & Purwanto, A. (2021). The Effect of Financial Literacy, Parents' Social Economic and Student Lifestyle on Students Personal Financial Management. In *Economic Education Analysis Journal* (Vol. 10, Issue 3, pp. 522–531). <https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i3.50721>
- [6] Nur, M. H., Hadady, H., & Bailusy, M. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 298–305. <https://stiemitagien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/535/350>
- [7] Nur, S. A., & Wulandari, D. A. (2024). Studi pengelolaan keuangan pada iGeneration. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 147–160. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7160>
- [8] OECD. (2017). PISA 2015 Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic, Financial Literacy and Collaborative Problem Solving (Revised Edition). In *OECD Publishing*.

-
- [9] Paramita, G., & Musqari, N. (2024). PERENCANAAN KEUANGAN PRIBADI : MEMAHAMI OBJEK FORMAL DAN MATERIAL DALAM KONTEKS KEHIDUPAN SEHARI-HARI. 8(4), 895–911. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i4.1508>
- [10] 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>
- [11] Puspita, V., Rinaldo, D., & Gunardi, G. (2024). Enhancing Financial Literacy to Promote Sustainability in MSMEs. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIK4)*, 14, 95–104. <https://doi.org/10.34010/jika.v14i1.14393>
- [12] Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- [13] Risma Alifia Khoirunnisa, P. E. P. (2024). Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FoMO, Love of Money, dan Self Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis, Vol. 8 No.* <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1801>
- [14] Younas, W., & Farooq, M. (2019). Impact of Self-Control, Financial Literacy and Financial Behavior on Financial Well-Being. *The Journal of Social Sciences Research*, 5(51), 211–218. <https://doi.org/10.32861/jssr.51.211.218>
- [15] Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>