



TERMS OF REFERENCE

SEKOLAH PASAR MODAL

I

KELOMPOK STUDI PASAR MODAL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

PERIODE 2026



UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KELOMPOK STUDI PASAR MODAL



Sekretariat : Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
Lantai 1, Jalan Airlangga 4-6 Surabaya
Email : gibeif@feb.unair.ac.id

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan pasar modal di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan partisipasi yang signifikan, khususnya dari kalangan generasi muda. Kemudahan akses informasi, hadirnya platform digital, serta masifnya konten investasi di media sosial telah mendorong investasi menjadi aktivitas yang semakin populer dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Namun, dibalik pertumbuhan tersebut, muncul dinamika baru dalam perilaku investor muda yang tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh identitas sosial, narasi pasar, serta tekanan lingkungan.

Di era media sosial, investasi tidak lagi dipandang semata sebagai keputusan finansial, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari citra diri dan identitas sosial. Fenomena *flexing* portofolio, pengaruh figur publik dan *influencer* investasi, serta terbentuknya komunitas-komunitas investasi berbasis tren menunjukkan bahwa keputusan investasi kerap didorong oleh keinginan akan pengakuan sosial dan rasa memiliki terhadap suatu kelompok. Kondisi ini berpotensi memunculkan bias psikologis, perilaku spekulatif, serta pengambilan keputusan yang tidak sepenuhnya didasarkan pada pemahaman dan analisis yang matang.

Minimnya kesadaran akan pengaruh psikologis dan sosial dalam aktivitas investasi menjadi tantangan tersendiri bagi investor muda. Tanpa pemahaman yang memadai, investasi berisiko dipersepsikan sebagai ajang pembentukan identitas semata, bukan sebagai instrumen pengelolaan keuangan jangka panjang yang rasional dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan ruang edukatif yang tidak hanya membahas aspek teknis pasar modal, tetapi juga mendorong refleksi terhadap pola pikir, sikap, dan identitas diri sebagai seorang investor.

Sekolah Pasar Modal I dengan tema ***“When Investing Becomes Identity: How Beliefs, Narratives, and Social Influence Shape Investor Behavior”*** hadir sebagai upaya untuk menjawab tantangan tersebut. Kegiatan ini dirancang sebagai forum edukatif dan reflektif yang mengkaji perilaku investor muda dari perspektif pasar modal, psikologi, serta dinamika sosial, dengan tujuan membentuk pola pikir investasi yang kritis, sadar diri, dan rasional.

Selain itu, kegiatan ini selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*), khususnya dalam peningkatan literasi keuangan serta penguatan perilaku investasi yang sehat dan berkelanjutan. Melalui Sekolah Pasar Modal I, diharapkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu membangun identitas sebagai investor yang reflektif dan tidak sekadar mengikuti narasi atau tren pasar.



UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KELOMPOK STUDI PASAR MODAL



Sekretariat : Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
Lantai 1, Jalan Airlangga 4-6 Surabaya
Email : gibe@feb.unair.ac.id

II. TEMA DAN TUJUAN KEGIATAN

Tema dari Sekolah Pasar Modal I adalah ***“When Investing Becomes Identity: How Beliefs, Narratives, and Social Influence Shape Investor Behavior”***. Adapun tujuan dari penyelenggara kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman peserta mengenai dinamika pasar modal Indonesia, khususnya dalam konteks perkembangan investor muda di era digital.
2. Memberikan wawasan kepada peserta mengenai pengaruh psikologis, narasi pasar, dan tekanan sosial terhadap perilaku serta pengambilan keputusan investasi.
3. Menumbuhkan kesadaran kritis peserta terhadap risiko bias perilaku yang muncul akibat pengaruh media sosial dan tren investasi.
4. Mendorong peserta untuk membangun pola pikir investasi yang rasional, reflektif, dan berorientasi jangka panjang.
5. Membantu peserta memahami pentingnya identitas diri sebagai investor yang beretika, bertanggung jawab, dan tidak semata-mata mengikuti narasi atau pengaruh lingkungan.
6. Meningkatkan literasi keuangan peserta sebagai bekal dalam mengelola keuangan dan risiko investasi secara bijak dan berkelanjutan.
7. Mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*), khususnya dalam penguatan literasi keuangan dan pembentukan perilaku investasi yang sehat di kalangan generasi muda.

III. BENTUK KEGIATAN

Kegiatan ini diselenggarakan dalam bentuk sekolah pasar modal yang dilengkapi dengan sesi diskusi interaktif dan tanya jawab bersama narasumber. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka di Universitas Airlangga, Surabaya.

IV. URAIAN TEKNIS PELAKSANAAN KEGIATAN

Sekolah Pasar Modal 1 berbentuk panel discussion yang menghadirkan beberapa narasumber kompeten di bidang pasar modal, investasi, dan keuangan. Diskusi dilakukan secara interaktif dengan dipandu oleh seorang moderator, serta melibatkan partisipasi aktif peserta melalui sesi tanya jawab.

Tempat, Hari dan Tanggal Pelaksanaan



UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KELOMPOK STUDI PASAR MODAL



Sekretariat : Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga
Hari, tanggal : Sabtu, 2 Mei 2026
Lantai 3, Gedung E. F. Lantai 3, Kampus B Universitas Airlangga
Email : gibe@feb.unair.ac.id
Waktu : 13.30 – 16.30 WIB

Tempat : Maleo Hall, Gedung E. F. Lantai 3, Kampus B Universitas Airlangga

4.1 Peserta

Peserta Sekolah Pasar Modal I 2026 berasal dari mahasiswa dan masyarakat umum.

4.2 Materi Pembahasan

1. Pengertian pasar modal
2. Investasi sebagai lifestyle dan citra diri generasi Z
3. Pengaruh Media sosial dan Narasi terhadap pasar modal
4. Perilaku/Bias Investor Muda zaman sekarang
5. Mindset/Identitas menjadi investor yang rasional
6. Literasi dan Etika Investasi
7. Refleksi : “Kenapa dan untuk apa kamu ingin berinvestasi ?”

Susunan Acara

Waktu		Nama Kegiatan	Deskripsi	Tempat
Pukul (WIB)	Durasi		Kegiatan	
13.00 – 13.30	30'	Open Gate	Mobilisasi Peserta	Maleo Hall, Gedung E.F. Lantai 3,
13.30– 13.35	5'	Opening MC	Pembukaan Acara SPM	



UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KELOMPOK STUDI PASAR MODAL



Sekretariat : Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

13.35 – 13.45	10'	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya & Hymne Airlangga	Berdiri dan menyanyikan lagu Indonesia Raya dan Hymne Airlangga	FEB UNAIR
13.45 – 14.05	20'	Sambutan	6 sambutan dengan tiap sambutan berdurasi 3 menit	
14.05 – 14.10	10'	<i>Opening Moderator</i>	Pergantian dari MC ke Moderator	
14.10 – 14.20	10'	Perkenalan <i>Speaker</i> 1 dan 2	Pengenalan <i>Speaker</i> 1 (<i>To Be Decided</i>) dan <i>Speaker</i> 2 (<i>To Be Decided</i>) oleh Moderator	
14.20 – 15.20	60'	Sesi Seminar (<i>Panel Discussion</i>)	Talkshow bersama <i>Speaker</i> 1 dan <i>Speaker</i> 2	
15.20 – 15.40	20'	<i>QnA</i>	Sesi Tanya Jawab bersama <i>Speaker</i> 1 dan <i>Speaker</i> 2	
15.40 – 15.45	5'	<i>Switch Moderator to MC</i>	Pergantian dari Moderator ke MC	
15.45 – 15.55	10'	Penyerahan Plakat dan Dokumentasi	Penyerahan Plakat dan Foto Bersama dengan <i>Speaker</i> 1	
15.55 – 16.15	20'	<i>Fun Games</i>	<i>Fun Games</i> bersama seluruh peserta	
16.15 – 16.25	10'	<i>Awarding</i> dan Dokumentasi Peserta	Dilakukan Oleh Semua Peserta dan Panitia	
16.25 – 16.30	5'	<i>Closing MC</i>	Penutupan	

V. INDIKATOR KEBERHASILAN KEGIATAN

Indikator	Target
Jadwal Acara	Berjalan sesuai rencana
Pendaftaran	Minimal 150 orang mendaftar
Peserta	Minimal 85% peserta sasaran menghadiri acara
Partisipasi	Minimal 5 peserta berpartisipasi aktif dalam sesi diskusi



UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
KELOMPOK STUDI PASAR MODAL



Sekretariat : Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

Pemahaman	Lantai 1, Jalan Kipin, Surabaya Email : gibeif@feb.unair.ac.id	Minimal 80% peserta yang hadir merasa paham tentang materi yang diberikan
Kepuasan		Minimal 80% peserta merasa puas dengan acara

VI. PENUTUP

Demikian *Terms of Reference* “**Sekolah Pasar Modal I : *When Investing Becomes Identity: How Beliefs, Narratives, and Social Influence Shape Investor Behavior***” ini kami susun untuk memberikan gambaran mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan, dengan harapan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan pedoman penyelenggara kegiatan. Kami menyadari bahwa di dalam penyusunan maupun penyampaian *Terms of Reference* ini masih banyak terdapat kekurangan. Semoga acara ini dapat berjalan dengan lancar dan terselenggara dengan baik serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan sehingga kesuksesan acara ini dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat. Atas perhatian dan dukungan yang diberikan, kami mengucapkan terima kasih.