



Langkah Bersama Intelektua

Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)

Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>

ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)

Volume 2, No 4 Juni 2026 (Halaman 543-547)

EDUKASI LITERASI KEUANGAN DIGITAL: PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP MINAT MENABUNG SISWA SISWI SMKS DARMA NUSANTARA PANDEGLANG

Putri Sasabila¹, Dilla Lestari², Alfi Rahmadini³, Dini Permata Hidayah⁴, Ahmad Faruq⁵

Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang^{1,2,3,4,5}

Kota Serang, Indonesia

Email : putri.sasabila001@gmail.com¹, dillalestari1907@gmail.com²,
alfirahmadini4@gmail.com³, dinipermatahidayah1@gmail.com⁴

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial yang masif di kalangan remaja membawa dampak signifikan terhadap pola pikir dan perilaku keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan perilaku konsumtif terhadap minat menabung siswa-siswi, serta pentingnya edukasi literasi keuangan digital dalam membentuk pola pengelolaan keuangan yang sehat. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada responden siswa tingkat menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, yang pada akhirnya menurunkan minat dan kebiasaan menabung. Melalui edukasi literasi keuangan digital, ditemukan adanya peningkatan pemahaman siswa dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, serta kemampuan memanfaatkan teknologi untuk mengelola dan menyimpan keuangan dengan lebih bijak.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Minat Menabung, Siswa

ABSTRACT

Technological developments and the widespread use of social media among adolescents have had a significant impact on financial mindsets and behavior. This study aims to analyze the influence of social media use and consumer behavior on students' interest in saving, as well as the importance of digital financial literacy education in developing healthy financial management patterns. A descriptive quantitative method was used, with questionnaires distributed to secondary school students. The results indicate that the intensity of social media use has a positive influence on consumer behavior, which ultimately decreases interest in and habits of saving. Through digital financial literacy education, students' understanding of

Article History

Received: 18 Juni 2026

Reviewed: 28 Juni 2026

Published: 29 Juni 2026

Copyright : Author

Publish by : JIPM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

the difference between needs and wants has been improved, as well as their ability to utilize technology to manage and save more wisely.

Keywords: *Digital Financial Literacy, Social Media, Consumer Behavior, Interest in Saving, Students*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan transformasi digital telah mengubah perilaku masyarakat dalam berinteraksi dan bertransaksi, termasuk kalangan remaja usia sekolah. Saat ini, media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi pusat informasi, hiburan, hingga tempat berbelanja (social commerce).

Berdasarkan data survei perilaku pengguna internet di Indonesia, kelompok usia 15-19 tahun merupakan pengguna internet paling aktif dengan rata-rata penggunaan lebih dari 4 jam per hari. Fenomena ini juga terjadi di lingkungan SMKS Darma Nusantara Pandeglang, di mana hampir seluruh siswa memiliki akses gawai dan akun media sosial seperti TikTok, Instagram dan shopee. Kemudahan akses pembayaran digital dan maraknya promosi produk di media sosial sering kali menimbulkan dampak negatif, yaitu munculnya perilaku konsumtif. Siswa cenderung membeli barang-barang yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan pokok, melainkan hanya karena mengikuti tren, gengsi, atau dorongan emosional sesaat. Uang saku yang seharusnya bisa dialokasikan untuk ditabung justru habis digunakan untuk konsumsi gaya hidup.

Minat menabung merupakan dasar dari kesejahteraan keuangan seseorang di masa depan. Kebiasaan ini sebaiknya ditanamkan sejak dini, terutama bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang sebentar lagi akan memasuki dunia kerja atau wirausaha. Namun, pengamatan awal menunjukkan bahwa minat menabung siswa SMKS Darma Nusantara Pandeglang masih tergolong rendah. Hal ini diduga kuat berkaitan erat dengan intensitas penggunaan media sosial dan tingkat perilaku konsumtif yang dipicu oleh paparan informasi di dunia maya.

Edukasi literasi keuangan digital memegang peranan kunci dalam situasi ini. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan secara bijak. Tanpa bekal literasi keuangan yang cukup, siswa rentan terjebak dalam pola belanja yang tidak sehat. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji secara empiris bagaimana pengaruh media sosial dan perilaku konsumtif terhadap minat menabung, dengan melibatkan sampel sebanyak 35 siswa-siswi sebagai responden utama.

METODE KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di SMKS Darma Nusantara Pandeglang dengan sasaran siswa-siswi sebagai peserta kegiatan edukasi literasi keuangan digital. Metode yang digunakan adalah metode edukatif-partisipatif yang bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan, pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif, serta pentingnya menabung sejak dini.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, yang meliputi koordinasi dengan pihak sekolah, penyusunan materi edukasi, pembuatan instrumen pre-test dan post-test, serta penyiapan media presentasi dan bahan pendukung kegiatan. Tahap kedua adalah pelaksanaan pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta mengenai literasi keuangan digital, perilaku konsumtif, dan minat menabung.

Tahap ketiga merupakan penyampaian materi melalui metode ceramah interaktif dan diskusi. Materi yang diberikan mencakup konsep literasi keuangan digital, dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif, pentingnya pengelolaan keuangan pribadi, penyusunan skala prioritas kebutuhan, serta manfaat menabung bagi masa depan. Selain itu, peserta juga diberikan simulasi sederhana mengenai penyusunan anggaran keuangan dan pengenalan aplikasi pencatatan keuangan digital.

Tahap keempat adalah sesi tanya jawab dan praktik, di mana peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang sering dihadapi dalam mengelola uang saku serta mempraktikkan penyusunan rencana pengeluaran dan tabungan. Selanjutnya, pada tahap akhir dilakukan post-test untuk mengevaluasi tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Data hasil pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan persentase tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui efektivitas program edukasi literasi keuangan digital dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan, pengendalian perilaku konsumtif, dan minat menabung.

Metode ini sudah sesuai dengan bagian hasil yang menampilkan peningkatan nilai pre-test dan post-test pada empat indikator penilaian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM berjalan lancar dan disambut baik oleh seluruh siswa serta pihak sekolah. Terlihat antusiasme yang tinggi dari peserta, mulai dari penyampaian materi, sesi tanya jawab, hingga praktik langsung mengenai cara mengelola keuangan.

Berdasarkan hasil kegiatan ini, terlihat jelas adanya peningkatan pemahaman siswa akan pentingnya mengatur keuangan pribadi. Sebagian besar siswa kini sudah mampu membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan, serta mulai paham cara menyusun rencana anggaran sederhana.

Selain itu, wawasan siswa juga bertambah, khususnya mengenai manfaat menabung untuk persiapan masa depan. Melalui simulasi yang dilakukan, mereka menjadi lebih paham cara mengendalikan pengeluaran agar tidak boros atau berlebihan.

Pengenalan dan penggunaan teknologi digital juga menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Siswa diperkenalkan pada aplikasi pencatatan keuangan, yang membantu mereka mengatur uang saku dengan lebih rapi dan terstruktur. Hal ini memberikan pengalaman baru bagi siswa dalam memanfaatkan kemajuan teknologi agar lebih produktif.

Berdasarkan data penilaian yang diperoleh dari Pre-Test dan Post-Test, diperoleh gambaran peningkatan pemahaman peserta pada setiap komponen penilaian, seperti terangkum dalam tabel berikut.

No	Komponen Penilaian Keuangan	Pre-Test	Post-Test	Peningkatan Nilai
1	Literasi Keuangan & Keamanan Digital	55%	85%	30%
2	Kontrol Diri terhadap Pengaruh Media Sosial	45%	80%	35%
3	Manajemen Pengeluaran & Skala Prioritas	60%	90%	30%
4	Pemahaman Konsep & Minat Menabung	50%	85%	35%
	Total Pemahaman Peserta	52,50%	85%	32,50%

Tabel 1. Hasil Perbandingan Nilai Pre-Test dan Post-Test

Tabel ini menyajikan hasil evaluasi pemahaman keuangan peserta yang dibandingkan antara kondisi sebelum pelatihan (Pre-Test) dan sesudah pelatihan (Post-Test), serta perhitungan seberapa besar peningkatan kemampuan yang terjadi pada setiap aspek penilaian maupun rata-rata keseluruhan peserta. Data ini menunjukkan perubahan yang sangat signifikan di seluruh komponen, membuktikan bahwa materi dan metode yang digunakan dalam kegiatan tersebut

mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan keuangan peserta secara nyata.

Pada komponen pertama, yaitu Literasi Keuangan dan Keamanan Digital, nilai awal peserta sebesar 55% yang berarti pemahaman dasar tentang cara mengelola uang dan menjaga keamanan transaksi digital masih berada di tingkat menengah. Setelah mengikuti pelatihan, nilai ini meningkat menjadi 85%, atau naik sebesar 30 poin persentase. Hal ini menunjukkan peserta sudah memahami prinsip pengelolaan keuangan yang benar dan mampu melindungi diri dari risiko penipuan atau masalah keamanan saat bertransaksi secara daring.

Komponen kedua adalah Kemampuan Mengendalikan Diri terhadap Pengaruh Media Sosial, yang merupakan aspek dengan nilai awal terendah yaitu hanya 45%. Angka ini menandakan bahwa sebelumnya peserta sangat mudah terpengaruh iklan, tren, atau gaya hidup yang terlihat di media sosial sehingga sering melakukan pemborosan atau pengeluaran yang tidak perlu. Namun setelah pelatihan, nilai melonjak menjadi 80% dengan peningkatan sebesar 35%, yang merupakan kenaikan tertinggi bersama aspek lain. Ini membuktikan pelatihan berhasil mengubah pola pikir peserta agar lebih bijak dan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Pada komponen ketiga, yaitu Manajemen Pengeluaran dan Penyusunan Skala Prioritas, peserta sebenarnya sudah memiliki dasar yang cukup baik dengan nilai awal tertinggi sebesar 60%, meskipun belum terstruktur dengan rapi. Setelah mendapatkan materi, nilai meningkat menjadi 90%, menjadi capaian akhir tertinggi di antara semua aspek, dengan kenaikan sebesar 30%. Hasil ini menunjukkan peserta kini sudah sangat mahir menyusun anggaran, mengurutkan kebutuhan dari yang paling penting, dan mengatur keuangan agar cukup digunakan sampai akhir periode.

Komponen keempat membahas Pemahaman Konsep dan Minat Menabung, dengan nilai awal 50% yang berarti sebagian peserta hanya tahu secara teori namun belum memiliki kebiasaan atau pemahaman mendalam tentang manfaat menabung. Setelah pelatihan, nilai naik menjadi 85% dengan peningkatan 35%, sama besar dengan aspek pengendalian diri. Ini menandakan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga berhasil menumbuhkan kesadaran, keinginan, dan kebiasaan baru pada peserta untuk menyisihkan uang demi masa depan atau kebutuhan darurat.

Secara rata-rata keseluruhan, sebelum pelatihan tingkat pemahaman keuangan peserta berada di angka 52,50% atau tergolong tingkat cukup atau menengah, dengan banyak aspek yang masih menjadi kelemahan utama. Setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, rata-rata nilai melonjak menjadi 85% yang masuk kategori sangat baik, dengan total peningkatan mencapai 32,50 poin persentase. Angka kenaikan yang sangat besar ini menjadi bukti kuat bahwa program yang dilaksanakan sangat efektif, berhasil mengubah kondisi peserta dari yang belum paham atau kurang terampil menjadi memiliki pengetahuan dan kemampuan keuangan yang sangat memadai.

Secara keseluruhan, data ini menyimpulkan bahwa pelatihan berjalan sangat sukses dan memberikan dampak positif yang nyata. Perubahan paling besar terjadi pada hal-hal yang dulunya merupakan kelemahan terbesar, yaitu pengendalian diri dari pengaruh luar dan kebiasaan menabung, sementara aspek manajemen pengeluaran menjadi kemampuan yang paling dikuasai peserta setelah kegiatan selesai. Hasil akhir ini menunjukkan peserta kini jauh lebih siap mengelola keuangan pribadi, menghindari pemborosan, dan membangun fondasi keamanan finansial yang lebih baik di masa depan.



Gambar 1. Foto Kegiatan PKM

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa program edukasi keuangan yang dilaksanakan terbukti sangat efektif meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan, dengan rata-rata nilai meningkat sebesar 32,50% dari sebelumnya 52,50% menjadi 85%. Peningkatan tertinggi sebesar 35% terjadi pada aspek kontrol diri terhadap pengaruh media sosial serta pemahaman dan minat menabung, yang menandakan adanya perubahan sikap dan pola pikir dari perilaku konsumtif menjadi lebih bijak dan sadar akan pentingnya perencanaan keuangan.

Sementara itu, indikator manajemen pengeluaran dan skala prioritas menjadi aspek dengan capaian akhir tertinggi yaitu 90%, menunjukkan kemampuan peserta yang sangat baik dalam menerapkan pengetahuan secara teknis dan praktis.

Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa edukasi keuangan memiliki dampak nyata dalam meningkatkan literasi, membentuk kebiasaan keuangan sehat, serta meningkatkan kewaspadaan dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kegiatan edukasi yang telah dilaksanakan, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Sekolah

Pihak sekolah diharapkan dapat mengintegrasikan materi literasi keuangan digital ke dalam kegiatan pembelajaran maupun program pengembangan karakter siswa. Edukasi mengenai pengelolaan keuangan, penggunaan media sosial secara bijak, serta pentingnya kebiasaan menabung perlu diberikan secara berkelanjutan agar siswa memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat di era digital.

2. Bagi Siswa-siswi

Siswa diharapkan lebih selektif dalam menggunakan media sosial dan mampu mengendalikan diri terhadap berbagai bentuk promosi maupun tren konsumsi yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Selain itu, siswa perlu membiasakan diri menyusun skala prioritas kebutuhan dan menyisihkan sebagian uang saku untuk ditabung sebagai langkah awal membangun kemandirian finansial.

3. Bagi Orang Tua

Orang tua diharapkan berperan aktif dalam memberikan edukasi dan pengawasan terhadap penggunaan media sosial oleh anak. Selain itu, orang tua dapat membangun kebiasaan menabung di lingkungan keluarga melalui pemberian contoh pengelolaan keuangan yang baik sehingga dapat memperkuat pemahaman yang telah diperoleh siswa di sekolah.

4. Bagi Lembaga Keuangan dan Pemerintah

Lembaga keuangan dan instansi terkait diharapkan dapat meningkatkan program literasi keuangan digital yang ditujukan kepada pelajar melalui sosialisasi, pelatihan, maupun penyediaan layanan tabungan yang mudah diakses oleh generasi muda. Upaya ini penting untuk mendukung terbentuknya budaya menabung sejak usia sekolah.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai faktor-faktor lain yang memengaruhi minat menabung siswa, seperti pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, tingkat pendapatan, maupun penggunaan platform digital lainnya. Selain itu, jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian dapat diperluas agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211
- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Developments and

Applications. London: Routledge.

- Bank Indonesia. (2022). Laporan Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.
- Ferdinand, A. (2021). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Hidayat, A., & Machmuddah, Z. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 78-86.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-16). Jakarta: Erlangga.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021-2025. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Purnamasari, D. (2021). Peran Edukasi Keuangan dalam Membentuk Sikap Keuangan yang Sehat pada Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(3), 201-210.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2019). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Ke-3). Bogor: IPB Press.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2019). Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.