

## STRATEGI LITERASI KEUANGAN DIGITAL UNTUK MENGATASI DAMPAK FOMO DALAM KEPUTUSAN KONSUMSI SMA AL UHYA AL MUBAROK

**Khalifa Damalin Ayunda<sup>1\*</sup>, Muhammad Firmansyah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

\*E-mail: dosen03388@unpam.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Strategi Literasi Keuangan Digital untuk Mengatasi Dampak FOMO dalam Keputusan Konsumsi Siswa MA AL UHYA AL MUBAROK*”. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang banyak dialami oleh generasi muda, khususnya siswa MA, ketika menggunakan media sosial dan terpapar tren konsumsi digital. Kondisi tersebut sering memicu perilaku konsumtif tanpa pertimbangan rasional, sehingga berpotensi menimbulkan masalah keuangan pribadi. Oleh karena itu, literasi keuangan digital menjadi strategi penting untuk membekali siswa dalam mengelola keuangan secara bijak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana literasi keuangan digital dapat menjadi solusi dalam mengurangi dampak negatif FOMO terhadap keputusan konsumsi. Penelitian dilakukan di MA AL UHYA AL MUBAROK dengan melibatkan siswa sebagai responden. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital siswa masih tergolong rendah, sehingga pengaruh FOMO terhadap perilaku konsumsi cukup tinggi. Namun, dengan penerapan strategi literasi keuangan berbasis digital seperti edukasi keuangan melalui platform online, simulasi pengelolaan keuangan, serta pelatihan manajemen keuangan sederhana, siswa dapat meningkatkan kemampuan mengendalikan diri dan mengambil keputusan konsumsi yang lebih rasional. Kesimpulannya, strategi literasi keuangan digital terbukti efektif dalam menekan dampak FOMO dan membantu siswa mengembangkan kebiasaan konsumsi yang sehat, bijak, serta selaras dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka.

*Keywords : Nilai Perusahaan, Tobins-Q*

### ABSTRACT

*This research is entitled “Digital Financial Literacy Strategies to Overcome the Impact of FOMO on Consumption Decisions of MA AL UHYA AL MUBAROK Students.” The background of this study is based on the phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO), which is commonly experienced by young people, especially high school students, when using social media and being exposed to digital consumption trends. This situation often triggers consumptive behavior without rational consideration, which can potentially lead to personal financial problems. Therefore, digital financial literacy becomes an important strategy to equip students to manage finances wisely. The purpose of this study is to analyze the extent to which digital financial literacy can be a solution in reducing the negative impact of FOMO on consumption decisions. The research was conducted at MA AL UHYA AL MUBAROK by involving students as respondents. The method used is a qualitative descriptive approach through observation, interviews, and questionnaires.*

*Keywords : Company Value, Tobin's-Q*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) semakin kuat di kalangan siswa karena paparan media sosial yang masif, di mana mereka sering merasa tertinggal apabila tidak mengikuti tren terbaru, seperti membeli produk fashion, gadget, makanan viral, maupun aktivitas hiburan.

Berdasarkan survei nasional literasi keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih berada pada angka 49,68% (OJK, 2022). Rendahnya tingkat literasi ini, ditambah dengan tingginya paparan media digital, menyebabkan remaja rentan mengambil keputusan konsumsi yang tidak rasional. Bagi siswa SMK yang umumnya belum memiliki pendapatan tetap, kebiasaan konsumtif akibat FOMO dapat menimbulkan masalah keuangan, seperti kesulitan mengatur uang saku, kecenderungan berutang, hingga tidak memiliki tabungan.

MA AL UHYA AL MUBAROK Serang sebagai salah satu sekolah kejuruan dengan jumlah siswa yang cukup besar, mencerminkan kondisi ini. Banyak siswa yang aktif di media sosial dan berinteraksi dalam komunitas digital, sehingga risiko terdampak FOMO sangat tinggi. Oleh karena itu, diperlukan strategi literasi keuangan digital yang mampu membantu siswa memahami cara mengelola uang, membuat keputusan konsumsi rasional, serta memanfaatkan teknologi secara cerdas untuk meningkatkan kesejahteraan finansial mereka.

## METODE

Program PKM ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan edukatif yang melibatkan siswa sebagai subjek sekaligus agen perubahan. Artinya, siswa tidak hanya menerima materi literasi keuangan digital, tetapi juga berperan aktif dalam mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh ke dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini menekankan pada **experiential learning** (pembelajaran berbasis pengalaman), **problem solving** (pemecahan masalah nyata), serta **digital engagement** (pemanfaatan media digital sebagai sarana edukasi).

Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik generasi Z, yakni generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital, media sosial, dan interaksi berbasis komunitas. Dengan mengintegrasikan literasi keuangan ke dalam konteks digital, siswa diharapkan mampu membangun kesadaran finansial yang relevan dengan kehidupan mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Strategi Literasi Keuangan Digital untuk Mengatasi Dampak FOMO dalam Keputusan Konsumsi Siswa yang dilaksanakan di MA AL UHYA AL MUBAROK Dilaksanakan pada tanggal 15 Oktober 2025 Mulai pukul 7:30 sampai dengan 11:30 WIB. Diikuti oleh 30 Siswa, kepala sekolah dan staff 2.

Kegiatan dikemas dalam bentuk workshop interaktif yang mencakup sesi sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan (pre-test dan post-test). Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengukur tingkat pemahaman literasi dan inklusi keuangan siswa sebelum memperoleh materi dan setelah mengikuti kegiatan.

Pada tahap awal, peserta diminta mengisi kuesioner pre-test yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap konsep dasar Strategi dan Literasi keuangan, seperti pencatatan keuangan pribadi, penyusunan anggaran, kebiasaan menabung, serta penggunaan produk keuangan formal. Hingga berada pada kategori literasi keuangan rendah hingga sedang, khususnya dalam hal penyusunan anggaran dan pengawasan pengeluaran pribadi. Selama kegiatan berlangsung, siswa mendapatkan materi mengenai strategi manajemen keuangan pribadi, cara membedakan kebutuhan dan keinginan, pengenalan produk keuangan.

Formal seperti tabungan pelajar, mobile banking, dan asuransi, serta pengelolaan risiko finansial dalam kehidupan sehari-hari. Proses pembelajaran dilakukan secara aktif dan interaktif melalui diskusi kelompok, simulasi perencanaan anggaran, serta studi kasus sederhana yang relevan dengan kehidupan siswa. Setelah kegiatan pelatihan selesai, peserta kembali mengisi kuesioner post-test. Hasil pengisian kuesioner menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa terhadap pengelolaan keuangan. Siswa mulai memahami pentingnya mencatat pengeluaran, menyusun anggaran sederhana, serta memilih produk keuangan yang aman dan sesuai kebutuhan. Banyak siswa yang mengaku mulai menerapkan kebiasaan menabung di lembaga keuangan formal dan mengurangi pengeluaran konsumtif yang tidak penting. Peningkatan hasil ini menunjukkan bahwa program PKM berhasil memperkuat dua aspek utama, yaitu pengetahuan (knowledge) dan keterampilan (skills) siswa dalam hal pengelolaan keuangan pribadi. Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga membentuk sikap tanggung jawab, disiplin, dan kemandirian finansial di kalangan siswa. Dari sisi inklusi keuangan, para peserta kini lebih memahami cara mengakses layanan keuangan formal yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan keuangan digital.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) di Al Uhya Al Mubarok memberikan sejumlah pengalaman, pembelajaran, serta dampak positif baik bagi mahasiswa pelaksana maupun masyarakat sasaran. Secara keseluruhan, program ini dapat disimpulkan sebagai kegiatan yang sukses dalam mencapai tujuan pemberdayaan, peningkatan kapasitas, serta penerapan keilmuan secara nyata. Berbagai rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, institusi, dan masyarakat mampu menghasilkan perubahan yang relevan dan berkelanjutan.

Pertama, PKM ini berhasil meningkatkan kompetensi mahasiswa sebagai pelaksana utama. Mereka tidak hanya berperan sebagai pengajar atau fasilitator, tetapi juga sebagai perencana, pengorganisir, dan problem solver. Proses identifikasi masalah, penyusunan strategi, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi menjadi pengalaman belajar yang sangat penting dalam mengasah kemampuan kepemimpinan, kerja tim, komunikasi, dan kreativitas. Dengan demikian, program ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam praktik lapangan yang sesungguhnya.

Kedua, PKM Al Uhya Al Mubarok mampu memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat sasaran. Berdasarkan hasil kegiatan, terjadi peningkatan pengetahuan, kesadaran, serta keterampilan pada bidang yang menjadi fokus program, baik itu bidang pendidikan, lingkungan, kewirausahaan, kesehatan, ataupun sosial kemasyarakatan. Perubahan tersebut terlihat dari respon positif peserta, peningkatan partisipasi dalam setiap sesi, serta penerapan pengetahuan baru dalam kegiatan sehari-hari. Fakta ini menunjukkan bahwa materi dan metode yang dipilih telah sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat.

Ketiga, keberhasilan program juga ditopang oleh pendekatan yang digunakan. Pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal terbukti efektif dalam menguatkan motivasi masyarakat untuk terlibat secara aktif. Mahasiswa tidak sekadar menyampaikan materi, tetapi turut mendampingi dan memberikan contoh aplikasi langsung sehingga masyarakat merasa lebih mudah memahami dan menerapkannya. Pendekatan ini sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat sangat bergantung pada keterlibatan kedua belah pihak secara setara.

Meskipun demikian, program ini tidak terlepas dari berbagai kendala. Keterbatasan waktu, perbedaan latar belakang peserta, serta variasi tingkat kemampuan sering kali menjadi tantangan dalam pelaksanaan kegiatan. Namun, kendala tersebut dapat diatasi dengan kreativitas mahasiswa dalam menyesuaikan metode pembelajaran, seperti penggunaan media visual, permainan edukatif, diskusi interaktif, dan pendampingan personal. Adaptasi ini menjadi bukti bahwa fleksibilitas dan sensitivitas terhadap kondisi lapangan merupakan faktor penting dalam keberhasilan PKM.

Secara keseluruhan, PKM Al Uhya Al Mubarok dapat disimpulkan sebagai program yang memberikan dampak positif secara multidimensional. Bagi mahasiswa, PKM menjadi wahana pembelajaran yang memperkuat kompetensi akademik dan non-akademik. Bagi masyarakat, program ini menghadirkan manfaat nyata dan solusi aplikatif terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Sementara bagi institusi, PKM menjadi bentuk kontribusi nyata dalam pengabdian kepada masyarakat. Dengan capaian tersebut, PKM ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas, inovasi yang lebih kreatif, serta kemitraan yang lebih kuat di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, F., Hetika, H., Krisdiyawati, K., & Harjanti, R. S. (2024). Peningkatan Pemahaman Literasi Keuangan Digital sebagai Bekal Berwirausaha pada Siswa SMK Al Irsyad Kota Tegal. *Jurnal Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 8(4), 900-908. [Journal Unhas](#)
- Astutie, Y. P., Hapsari, I. M., & Subroto, S. (2024). Literasi Keuangan Digital untuk Menumbuhkan Minat Investasi pada Siswa SMKN 1 Tegal. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2), artikel 2024. [Jurnal Nasional](#)
- Rusgowanto, F. H., & Hidayat, J. (2024). Literasi Keuangan Berbasis Digital untuk Siswa SMP Tarsisius II, Jakarta Barat. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 7250-7254. [Jurnal Universitas Pahlawan](#)
- Miftakh, E. S., Nanda, H. I., & Santi, F. (2024). Klik, Beli, Habis? Literasi Keuangan Digital Dalam Mengelola Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Dasar. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(4), 233-244. [Jayapangus Press](#)
- Romi Ferdian; Zainur Ihsan; Fillia Klarasinta Dwi Fauzi. (2024). Literasi Keuangan dan Edukasi Digital Marketing Bagi Siswa/i SMA Muhammadiyah Sintang Sebagai Bekal Berwirausaha dan Berinvestasi di Usia Muda. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2). [Jurnal STKIP Kusuma Negara](#)
- Tina Lestari; Rifqi Amrulloh; Fredy Jayen; Melania. (2024). Literasi Keuangan dan Digitalisasi untuk Generasi Z: Tema Edukasi Publik Pasar Modal. *Dedikasi Sains dan Teknologi (DST)*, 4(2), 256-277. [Jurnal IT Science](#)
- Fanica Salwa Risqina & Vina Anggilia Puspita. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Generasi-Z di Kota Bandung. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, v5(2)
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). *Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 18(1), 1–12.
- Kurniawan, A. (2022). *Pengaruh FOMO terhadap perilaku konsumsi pada remaja pengguna media sosial*. Jurnal Psikologi Sosial, 20(3), 145–158.