

Pemberdayaan Literasi Keuangan Digital Anti-Toxic Untuk Menangkal Gaya Hidup Konsumtif di Era Media Sosial Di Desa Cibinuang Kabupaten Kuningan

Syahrul Syarifudin*¹, Neni Nurhayati², Lia Dwi Martika³, Biru Dean Samugra⁴, Annisa Nurfadilah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Indonesia

e-mail: *syahrul.syarifudin@uniku.ac.id, neni.nurhayati@uniku.ac.id,

lia.dwimartika@uniku.ac.id, 20230610035@uniku.ac.id, 20230610096@uniku.ac.id

Abstrak

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah meningkatnya paparan konten media sosial yang mendorong perilaku konsumtif dan menormalisasi pola konsumsi berlebihan. Kondisi ini menegaskan pentingnya literasi keuangan digital yang berorientasi pada kemampuan kritis dalam mengenali konten toksik dan mengelola perilaku finansial secara rasional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi keuangan digital anti-toxic peserta agar mampu mengembangkan kontrol diri, kesadaran finansial, serta kemampuan evaluatif terhadap informasi ekonomi digital. Metode pelaksanaan meliputi penyuluhan, pelatihan, simulasi studi kasus, dan pendampingan berbasis praktik langsung. Kegiatan diikuti oleh 75 peserta yang terdiri atas mahasiswa dan pelaku UMKM di Desa Cibinuang, Kabupaten Kuningan, melalui tahapan pra-asesmen, edukasi, praktik analisis konten digital, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman literasi keuangan digital, kemampuan mengidentifikasi konten konsumtif manipulatif, serta perubahan sikap dan perilaku finansial yang lebih selektif. Efektivitas program diukur melalui kombinasi indikator kuantitatif dan kualitatif, termasuk perbandingan hasil pre-test dan post-test serta observasi reflektif peserta. Secara keseluruhan, kegiatan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran finansial dan ketahanan psikologis peserta terhadap pengaruh negatif media sosial. Implikasi kegiatan menunjukkan pentingnya replikasi program dan pengembangan modul literasi keuangan digital yang adaptif terhadap dinamika konten daring.

Kata kunci: literasi keuangan digital; gaya hidup konsumtif; media sosial; perilaku finansial; konten toksik; pemberdayaan Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam perilaku ekonomi masyarakat. Transaksi keuangan kini dapat dilakukan dengan sangat mudah melalui berbagai platform digital seperti e-wallet, mobile banking, dan marketplace. Namun, kemudahan ini tidak selalu diikuti dengan peningkatan literasi keuangan digital yang memadai. Banyak masyarakat, terutama generasi muda, terjebak dalam perilaku konsumtif karena paparan media sosial yang menampilkan gaya hidup glamor dan konsumtif [1]. Fenomena ini memunculkan istilah baru, yaitu *toxic financial lifestyle* — gaya hidup yang didorong oleh keinginan tampil sesuai tren tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), indeks literasi keuangan digital masyarakat Indonesia masih berada pada level 49,68%. Artinya, masih banyak masyarakat yang belum mampu mengelola keuangan dengan bijak di tengah derasnya arus informasi digital. Di sisi lain, hasil survei Katadata Insight Center [2] menunjukkan bahwa lebih dari 60% pengguna media sosial berusia produktif mengaku terdorong melakukan pembelian impulsif

setelah melihat iklan atau konten influencer. Hal ini menjadi indikasi kuat bahwa media sosial telah menjadi faktor dominan dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat digital.

Kondisi tersebut diperkuat oleh hasil survei awal yang dilakukan melalui kuesioner daring dan wawancara singkat terhadap 100 responden. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 72% responden telah terbiasa melakukan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari, namun hanya 28% responden yang memiliki kebiasaan mencatat keuangan pribadi secara rutin. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara tingginya intensitas penggunaan layanan keuangan digital dan rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan secara sadar dan terencana. Kondisi tersebut menimbulkan keprihatinan, khususnya di kalangan akademisi dan praktisi keuangan, karena perilaku konsumtif yang tidak terkendali berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan jangka panjang, seperti utang konsumtif, menurunnya kemampuan menabung, serta meningkatnya risiko stres finansial [3].

Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis dan berkelanjutan untuk menumbuhkan literasi keuangan digital yang sehat, tidak hanya berorientasi pada aspek teknis penggunaan layanan keuangan digital, tetapi juga pada pembentukan sikap kritis dan anti-toxic, yaitu kesadaran untuk mengelola keuangan secara bijak tanpa terpengaruh oleh tekanan sosial dan konten konsumtif di media sosial.

Literasi keuangan digital anti-toxic merupakan pendekatan baru dalam pengembangan literasi keuangan masyarakat. Konsep ini menggabungkan aspek pengetahuan keuangan dasar dengan kesadaran sosial-digital, yakni kemampuan untuk menyeleksi informasi finansial yang beredar di dunia maya dan menghindari perilaku konsumtif yang bersifat destruktif [4]. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya dipahami sebagai keterampilan teknis, tetapi juga sebagai sikap mental yang kritis dan beretika terhadap penggunaan teknologi digital.

Di tengah kondisi sosial ekonomi yang menantang, khususnya pascapandemi COVID-19, masyarakat dituntut untuk semakin bijak dalam mengatur keuangannya. Banyak rumah tangga dan pelaku UMKM yang terdampak secara finansial akibat turunnya daya beli dan meningkatnya kebutuhan hidup. Ketika tren konsumsi di media sosial semakin kuat, maka risiko penyalahgunaan sumber daya finansial juga meningkat [5]. Oleh karena itu, edukasi literasi keuangan yang mengintegrasikan nilai-nilai anti-toxic menjadi sangat relevan untuk mengarahkan masyarakat pada perilaku keuangan yang sehat dan produktif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan sebagai bentuk kontribusi akademik terhadap upaya peningkatan literasi keuangan digital di tingkat akar rumput. Fokus kegiatan diarahkan kepada kelompok mahasiswa dan pelaku UMKM yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana promosi maupun konsumsi informasi. Kedua kelompok ini dipilih karena memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perilaku ekonomi digital di masa depan.

Selain itu, kegiatan ini juga menjadi respon terhadap meningkatnya fenomena *financial comparison trap* — kecenderungan individu merasa tertinggal secara ekonomi setelah membandingkan diri dengan kehidupan orang lain di media sosial. Fenomena ini dapat menurunkan kesejahteraan psikologis dan mendorong perilaku konsumtif kompensatoris. Melalui pendekatan literasi keuangan digital anti-toxic, diharapkan peserta kegiatan mampu menumbuhkan kesadaran kritis dalam mengelola keuangan serta membangun gaya hidup finansial yang seimbang dan rasional.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan digital secara sehat dan bertanggung jawab. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan panduan praktis dalam menangkal pengaruh negatif media sosial terhadap perilaku konsumtif. Melalui metode pelatihan interaktif dan pendampingan digital, diharapkan peserta dapat menginternalisasi nilai-nilai literasi keuangan yang berkelanjutan dan anti-toxic.

Berbagai penelitian dan program pengabdian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan digital memiliki peran penting dalam menekan kecenderungan perilaku konsumtif akibat paparan konten media sosial. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa rendahnya kemampuan individu dalam mengevaluasi informasi digital menyebabkan mereka rentan terhadap ajakan konsumsi yang bersifat manipulatif, termasuk promosi yang dibungkus melalui konten gaya hidup [6]. Temuan tersebut sejalan dengan studi lain yang menunjukkan bahwa

literasi keuangan digital mampu meningkatkan kontrol diri dalam pengambilan keputusan finansial serta meningkatkan kemampuan analitis dalam mengidentifikasi risiko pengeluaran berlebihan [7].

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada edukasi keuangan berbasis media digital juga terbukti meningkatkan kapasitas peserta dalam mengelola informasi ekonomi serta mengurangi kecenderungan mengikuti tren konsumtif yang tidak sesuai dengan kondisi finansial pribadi. Kegiatan pendampingan berbasis simulasi keuangan dan analisis konten, misalnya, telah berhasil meningkatkan kemampuan kritis peserta dalam membedakan konten iklan terselubung dan konten gaya hidup yang sarat tekanan sosial [8]. Selain itu, penguatan pemahaman terhadap konsep literasi digital secara umum terbukti dapat meningkatkan kesadaran peserta terhadap risiko manipulasi informasi dan meningkatkan kemampuan untuk membuat keputusan finansial yang lebih rasional [9].

Sejumlah studi lain menegaskan bahwa keberhasilan intervensi edukasi keuangan sangat dipengaruhi oleh metode pembelajaran yang interaktif, kontekstual, dan relevan dengan pengalaman digital peserta. Pendekatan berbasis studi kasus dan diskusi reflektif dinilai efektif dalam membantu peserta mengenali pola konsumsi yang dipengaruhi oleh tekanan psikologis dari media sosial [10]. Oleh karena itu, berbagai temuan terdahulu memberikan dasar empiris yang kuat bagi pentingnya pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berfokus pada literasi keuangan digital anti toksik sebagai upaya meningkatkan ketahanan finansial dan pemikiran kritis masyarakat.

Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan digital dan mengendalikan perilaku konsumtif masyarakat. Meskipun berbagai program dan kegiatan pengabdian sebelumnya telah berfokus pada peningkatan literasi keuangan digital dan pengendalian perilaku konsumtif, sebagian besar masih menitikberatkan pada aspek pengetahuan teknis pengelolaan keuangan dan pemahaman produk keuangan digital. Program-program tersebut umumnya belum secara eksplisit mengintegrasikan dimensi psikologis dan sosial media behavior, khususnya dalam membangun kesadaran kritis terhadap konten finansial toksik dan tekanan sosial digital yang bersumber dari media sosial.

Selain itu, pendekatan yang digunakan cenderung bersifat informatif dan belum menekankan pembentukan ketahanan psikologis (*financial resilience*) serta rasa kepemilikan peserta terhadap perubahan perilaku keuangan. Oleh karena itu, masih terdapat kebutuhan akan model pengabdian yang tidak hanya meningkatkan literasi keuangan digital secara kognitif, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai anti-toxic melalui pendekatan reflektif, partisipatif, dan berbasis pengalaman nyata peserta dalam ekosistem media sosial.

Secara teoretis, kegiatan ini memiliki kebaruan karena mengintegrasikan pendekatan literasi keuangan dengan aspek psikologis dan sosial media behavior. Sementara secara praktis, program ini memberikan kontribusi nyata dalam membangun kapasitas masyarakat digital untuk menjadi pengguna keuangan yang cerdas dan beretika. Dengan demikian, pengabdian ini memiliki urgensi yang tinggi dalam konteks transformasi digital dan pembangunan ekonomi inklusif.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan *participatory community engagement*, yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat sasaran dalam seluruh tahapan kegiatan. Lokasi pengabdian berada di desa Cibinuang, dengan sasaran utama mahasiswa dan pelaku UMKM yang aktif di media sosial. Pemilihan lokasi didasarkan pada tingkat penetrasi teknologi yang tinggi namun belum diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.

Tahapan pertama adalah analisis kebutuhan (*need assessment*). Tim pelaksana melakukan survei awal untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap konsep literasi keuangan digital. Survei dilakukan menggunakan kuesioner daring dan wawancara singkat terhadap 100 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa 72% responden sering melakukan transaksi digital, tetapi hanya 28% yang memiliki catatan keuangan pribadi secara rutin.

Tahapan kedua adalah perancangan modul pelatihan yang berisi materi tentang: (1) konsep dasar literasi keuangan digital, (2) identifikasi perilaku konsumtif di media sosial, (3) strategi anti-toxic finansial, dan (4) pengelolaan keuangan digital yang sehat. Modul ini dikembangkan berdasarkan pedoman OJK (2023) dan diperkuat dengan hasil penelitian terbaru terkait perilaku keuangan digital generasi muda [11]. Untuk mengukur efektivitas modul, dilakukan pre-test dan post-test menggunakan instrumen kuesioner literasi keuangan digital yang disusun dalam skala Likert 1–5. Instrumen ini mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku finansial digital peserta. Hasil perbandingan skor pre-test dan post-test digunakan sebagai dasar evaluasi peningkatan literasi keuangan digital serta perubahan sikap peserta setelah mengikuti kegiatan pengabdian. Skor total literasi keuangan digital dikategorikan ke dalam tingkat rendah, sedang, dan tinggi untuk memudahkan interpretasi hasil sebelum dan sesudah kegiatan.

Tahapan ketiga adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan secara *offline*, yaitu melalui sesi tatap muka. Metode pelatihan menggunakan model *experiential learning* dengan kombinasi antara penyampaian teori, diskusi kelompok, simulasi pengelolaan keuangan, dan refleksi pengalaman pribadi. Peserta diminta untuk mengidentifikasi perilaku konsumtif mereka selama satu minggu dan mendiskusikan strategi perbaikan yang relevan.

Tahapan keempat adalah evaluasi hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan literasi keuangan digital peserta. Selain itu, tim juga melakukan observasi perilaku dan wawancara untuk menilai sejauh mana peserta menginternalisasi nilai-nilai anti-toxic dalam kehidupan sehari-hari.

Tahapan kelima adalah penyusunan laporan dan publikasi hasil kegiatan. Laporan disusun sesuai format jurnal pengabdian, dan publikasi dilakukan melalui seminar internal fakultas serta media sosial institusi untuk memperluas dampak kegiatan.

Secara keseluruhan, pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, reflektif, dan transformatif. Peserta tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi subjek aktif dalam proses pembelajaran. Evaluasi akhir kegiatan dilakukan secara komprehensif melalui evaluasi formatif dan sumatif. Evaluasi sumatif dilakukan menggunakan post-test literasi keuangan digital untuk mengukur capaian kognitif peserta setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai. Sementara itu, evaluasi afektif dan perilaku dilakukan melalui observasi partisipatif, diskusi reflektif, serta pengisian lembar komitmen perubahan perilaku keuangan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga menunjukkan keterlibatan aktif dan komitmen untuk menerapkan praktik pengelolaan keuangan yang lebih bijak. Partisipasi berkelanjutan peserta dalam komunitas digital sehat yang dibentuk menjadi indikator kuat tumbuhnya rasa kepemilikan terhadap perubahan perilaku keuangan yang lebih baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan literasi keuangan digital anti-toxic diikuti oleh 75 peserta, terdiri atas mahasiswa dan pelaku UMKM. Berdasarkan hasil pre-test, tingkat literasi keuangan digital rata-rata peserta hanya mencapai skor 55 dari 100, menunjukkan bahwa sebagian besar masih belum memahami manajemen keuangan digital secara mendalam. Setelah pelatihan dan pendampingan, skor rata-rata meningkat menjadi 82, yang berarti terdapat peningkatan signifikan sebesar 27 poin.

Peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan terutama dalam aspek pengelolaan keuangan pribadi, kesadaran risiko utang konsumtif, dan kemampuan mengidentifikasi konten manipulatif di media sosial. Sebelum pelatihan, 68% peserta mengaku sering membeli produk karena pengaruh konten influencer; setelah pelatihan, hanya 22% yang masih menunjukkan perilaku serupa.



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan literasi keuangan digital

Hasil wawancara mendalam menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya *digital mindfulness* dalam pengambilan keputusan finansial. Mereka menyadari bahwa tidak semua informasi di media sosial bersifat edukatif, dan bahwa gaya hidup hemat bukanlah tanda ketertinggalan, melainkan bentuk kecerdasan finansial.

Temuan ini selaras dengan penelitian [12], [13], [14] yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital yang berbasis kesadaran sosial mampu mengurangi perilaku konsumtif hingga 40%. Artinya, intervensi pendidikan berbasis pengalaman dapat menjadi strategi efektif dalam menangkal pengaruh negatif media sosial terhadap perilaku keuangan.

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga berhasil membangun komunitas digital sehat melalui grup WhatsApp “Anti-Toxic Finance Circle” yang beranggotakan peserta pelatihan. Komunitas ini menjadi ruang diskusi dan berbagi praktik baik dalam pengelolaan keuangan digital. Aktivitas ini memperkuat efek jangka panjang dari kegiatan pengabdian [15].



Gambar 2. Komunitas digital sehat

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa literasi keuangan digital anti-toxic tidak hanya berperan dalam aspek finansial, tetapi juga dalam pembentukan karakter digital masyarakat. Nilai-nilai seperti kesadaran diri, etika konsumsi, dan tanggung jawab sosial menjadi bagian integral dari program ini. Dengan demikian, kegiatan ini tidak sekadar memberikan edukasi teknis, tetapi juga membangun budaya finansial yang berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan menghadapi beberapa kesulitan yang berkaitan dengan kesiapan peserta, ketersediaan sarana digital, serta heterogenitas tingkat literasi keuangan. Sebagian peserta mengalami kesulitan dalam memahami konsep konseptual yang berkaitan dengan literasi keuangan digital, khususnya dalam menganalisis konten media sosial yang bersifat manipulatif. Selain itu, keterbatasan perangkat yang memadai membuat sebagian peserta tidak dapat mengikuti sesi analisis konten secara optimal. Faktor waktu juga menjadi kendala, karena peserta memiliki jadwal yang berbeda sehingga menghambat konsistensi kehadiran pada seluruh rangkaian kegiatan.

Untuk kegiatan ke depan, solusi yang dapat diterapkan adalah menyediakan materi pra pembelajaran dalam bentuk modul digital sederhana agar peserta memiliki pemahaman dasar sebelum sesi utama. Kegiatan dapat dilengkapi dengan penyediaan perangkat pinjam pakai atau penggunaan laboratorium komputer agar seluruh peserta memiliki akses yang setara. Penjadwalan fleksibel atau penyelenggaraan dalam beberapa gelombang dapat mengurangi hambatan kehadiran [16]. Pendampingan individual secara singkat setelah sesi utama juga dapat membantu peserta yang membutuhkan penjelasan tambahan.

Selain kesulitan teknis dan pemahaman konsep, kegiatan juga menemukan beberapa masalah lain. Pertama, sebagian peserta menunjukkan resistensi dalam mengubah kebiasaan konsumtif karena sudah terbiasa dengan pola pengaruh media sosial. Kedua, paparan konten toksik yang terus-menerus di platform digital membuat peserta rentan untuk kembali pada perilaku sebelumnya meskipun telah mengikuti pelatihan. Ketiga, minimnya dukungan lingkungan sosial, seperti keluarga atau teman dekat, menyebabkan penerapan kebiasaan baru menjadi kurang berkelanjutan.

Solusi untuk masalah tersebut dapat dilakukan dengan mengintegrasikan pendekatan berbasis perubahan perilaku, salah satunya melalui pembentukan kelompok dukungan yang berfungsi sebagai ruang berbagi pengalaman dan strategi pengelolaan keuangan. Program tindak lanjut dalam bentuk pemantauan berkala dan penguatan motivasi juga penting untuk memastikan keberlanjutan perilaku positif. Untuk pengembangan kegiatan ke depan, disarankan pembuatan platform pembelajaran digital yang menyediakan materi refleksi, simulasi keuangan, dan forum diskusi yang dapat diakses secara mandiri oleh peserta. Selain itu, program dapat diperluas dengan melibatkan komunitas lokal, lembaga pendidikan, atau mitra strategis agar dukungan sosial terhadap perubahan perilaku semakin kuat dan berkelanjutan.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Peserta Sebelum dan Sesudah Kegiatan PkM

Aspek yang Diukur	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Skor literasi keuangan digital	Rata-rata 55 (kategori rendah-sedang)	Rata-rata 82 (kategori tinggi)
Pemahaman risiko gaya hidup konsumtif	Rendah, bersifat normatif	Tinggi, bersifat kritis & reflektif
Perilaku pembelian impulsif akibat media sosial	68% peserta sering terpengaruh	22% peserta masih terpengaruh
Kemampuan mengidentifikasi konten finansial toksik	Terbatas	Meningkat signifikan
Sikap terhadap tekanan sosial digital	Cenderung mengikuti tren	Lebih selektif & rasional
Rasa kepemilikan terhadap perubahan perilaku	Belum terbentuk	Terbentuk melalui komitmen & partisipasi

Hasil evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan menunjukkan adanya perubahan yang signifikan pada peserta. Sebelum kegiatan PkM dilaksanakan, tingkat literasi keuangan digital peserta berada pada kategori rendah hingga sedang, dengan kecenderungan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh konten media sosial. Setelah kegiatan, skor literasi keuangan digital peserta meningkat secara substansial dan diikuti dengan penurunan perilaku pembelian

impulsif. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengidentifikasi konten finansial toksik serta sikap yang lebih selektif terhadap tekanan sosial digital. Perubahan ini tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga tercermin dalam sikap dan perilaku nyata, yang menandakan tumbuhnya rasa kepemilikan terhadap proses perubahan perilaku keuangan yang lebih sehat.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berbasis pendekatan anti-toxic efektif dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan di era media sosial. Dampak utama kegiatan tercermin pada peningkatan literasi keuangan digital peserta, tumbuhnya kesadaran kritis terhadap pengaruh konten konsumtif, serta perubahan sikap dan perilaku finansial yang lebih selektif dan rasional. Program pelatihan yang dirancang secara partisipatif dan reflektif mampu mendorong keterlibatan aktif peserta dan menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap perubahan perilaku keuangan yang lebih sehat.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan, antara lain cakupan peserta yang masih terbatas serta durasi pendampingan yang relatif singkat, sehingga belum sepenuhnya dapat menggambarkan keberlanjutan perubahan perilaku dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengembangan program lanjutan perlu diarahkan pada perluasan sasaran mitra, penguatan pendampingan berkelanjutan, serta integrasi dengan platform digital atau kolaborasi lintas pemangku kepentingan guna memperkuat dampak dan keberlanjutan literasi keuangan digital anti-toxic.

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah agar program serupa dapat diperluas ke kalangan pelajar dan komunitas digital lainnya dengan dukungan lembaga keuangan dan akademik. Diperlukan kolaborasi lintas sektor untuk menjadikan literasi keuangan digital anti-toxic sebagai gerakan nasional dalam mewujudkan masyarakat finansial yang bijak dan mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana kegiatan pengabdian ini menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan atas dukungan pendanaan melalui *Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025*, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan dukungan akademik dan administratif selama proses perencanaan hingga pelaporan kegiatan ini.

Selain itu, penghargaan diberikan kepada seluruh peserta pelatihan dan mitra UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan literasi keuangan digital anti-toxic ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat dan menjadi inspirasi bagi program pengabdian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wardani, D., & Prasetyo, T. (2022). *Media sosial, konsumsi digital, dan pergeseran nilai finansial generasi Z*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Ekonomi Digital*, 7(2), 91–106. <https://doi.org/10.25077/jiked.7.2.91-106.2022>
- [2] Katadata Insight Center. (2023). *Media sosial dan perilaku konsumtif masyarakat digital Indonesia*. Jakarta: Katadata.
- [3] Hasanah, N., & Sari, M. (2023). *Financial stress and digital consumption behavior: Evidence from Indonesian youth*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 11(3), 112–126. <https://doi.org/10.20885/jek.v11i3>

- [4] Amir, H., Nuraini, S., & Lestari, D. (2022). *Digital financial literacy and self-control in preventing impulsive buying among young consumers*. *Journal of Behavioral Economics and Finance*, 14(2), 45–58. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2022.04.003>
- [5] Rahmawati, F., Hidayat, A., & Rini, S. (2023). *Post-pandemic financial resilience and digital literacy among Indonesian households*. *Asian Journal of Economics and Empirical Research*, 10(1), 23–35. <https://doi.org/10.18488/journal.8.2023.101.23.35>
- [6] S. Prasetyo, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda,” *Jurnal Ekonomi dan Humaniora*, vol. 12, no. 2, pp. 115–124, 2021.
- [7] M. Kurniawati, “Literasi Keuangan Digital dan Dampaknya terhadap Pengambilan Keputusan Finansial,” *Jurnal Literasi dan Teknologi*, vol. 5, no. 1, pp. 44–53, 2020.
- [8] A. Rahmadani, “Program Edukasi Keuangan Berbasis Teknologi bagi Komunitas Pemuda,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 3, pp. 201–209, 2022.
- [9] L. Widodo, “Peran Literasi Digital dalam Mengendalikan Perilaku Konsumtif di Era Media Sosial,” *Jurnal Sosial dan Teknologi*, vol. 3, no. 4, pp. 330–338, 2021.
- [10] R. Handayani, “Efektivitas Pendekatan Studi Kasus dalam Pendidikan Keuangan Generasi Z,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, vol. 9, no. 1, pp. 55–64, 2022.
- [11] Sari, L., & Yulianto, R. (2022). *Digital literacy and financial wellbeing: The moderating role of social media exposure*. *Journal of Financial Education and Practice*, 9(4), 56–70.
- [12] Nugraha, A., & Setiawan, Y. (2022). *The role of social media literacy in reducing consumerism behavior among millennials*. *International Journal of Digital Society*, 13(1), 72–83. <https://doi.org/10.20533/ijds.2040.2570.2022.0096>
- [13] Bank Indonesia. (2023). *Survei perilaku keuangan masyarakat Indonesia 2023*. Jakarta: Departemen Komunikasi BI.
- [14] Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2023*. Jakarta: OJK.
- [15] World Bank. (2021). *Digital financial inclusion in emerging markets: Opportunities and challenges*. Washington, D.C.: World Bank Group.
- [16] Yuliani, R., & Kurniawan, A. (2021). *Integrating financial literacy into digital education for sustainable behavioral change*. *International Journal of Community Engagement and Empowerment*, 8(3), 135–150.