

Penguatan Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumen Santriwati Menghadapi Transaksi Digital E-Commerce

Strengthening Islamic Financial Literacy and Female Islamic Boarding School Students' Consumer Behavior in Facing Digital E-Commerce Transactions

Mukhlis Kaspul Anwar¹, Nur Habibah², Lola Malihah^{*3}, Muhammad Nasih⁴ (*correspondence author)

^{1,3}Prodi Manajemen Bisnis Syariah, IAI Darussalam Martapura Kalimantan Selatan

^{2,4}Prodi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAI Darussalam Martapura Kalimantan Selatan

e-mail ¹ mukhlisanwar0412@gmail.com ² nurhabibahme@gmail.com

^{3*} lolastasya@gmail.com ⁴ muhammadnasih171205@gmail.com

Dikirim: 07-06-2026|Direvisi: 19-06-2026|Diterima: 21-06-2026|Tersedia Online: 24-06-2026

Abstrak

Perkembangan e-commerce dan transaksi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan santriwati. Kondisi ini menuntut penguatan literasi keuangan syariah dan pemahaman perilaku konsumen agar generasi muda mampu mengambil keputusan ekonomi yang bijaksana sesuai nilai-nilai Islam. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman santriwati Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru mengenai literasi keuangan syariah, perilaku konsumen, serta transaksi digital di era e-commerce. Metode yang digunakan adalah Asset Based Community Development (ABCD) melalui tahapan discovery, dream, design, dan destiny. Kegiatan ini melibatkan 96 santriwati kelas X dan XI dengan metode ceramah, diskusi interaktif, studi kasus, dan simulasi pengelolaan keuangan. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta yang ditunjukkan melalui perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan (pre-test dan post-test) pada aspek literasi keuangan syariah, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, kesadaran terhadap perilaku konsumtif, serta pemahaman keamanan transaksi digital. Secara umum, terjadi peningkatan pemahaman yang lebih baik setelah pelaksanaan kegiatan dibandingkan sebelum kegiatan berlangsung. Program ini memberikan kontribusi positif dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan selaras dengan prinsip-prinsip syariah di tengah perkembangan ekonomi digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Perilaku Konsumen, E-Commerce, Transaksi Digital, ABCD, Santriwati.

Abstract

The development of e-commerce and digital transactions has changed people's consumption patterns, including among female Islamic students. This situation demands strengthening Islamic financial literacy and understanding of consumer behavior so that the younger generation can make wise economic decisions in accordance with Islamic values. This Community Service (PkM) activity aims to improve the understanding of female students at the Al Falah Puteri Islamic Boarding School in Banjarbaru regarding Islamic financial literacy, consumer behavior, and digital transactions in the e-commerce era. The method used is Asset Based Community Development (ABCD) through the stages of discovery, dream, design, and destiny. This activity involved 96 female students in grades 10 and 11 using lectures, interactive discussions, case studies, and financial management simulations. The results of the activity

evaluation showed an increase in participants' understanding as demonstrated by a comparison before and after the activity (pre-test and post-test) in aspects of Islamic financial literacy, the ability to distinguish needs from wants, awareness of consumptive behavior, and understanding of digital transaction security. In general, there was a better increase in understanding after the activity compared to before the activity. This program makes a positive contribution in shaping more rational, responsible consumption behavior and is in line with sharia principles amidst the development of the digital economy.

Keywords: *Sharia Financial Literacy, Consumer Behavior, E-Commerce, Digital Transactions, ABCD, Female Islamic Students.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola transaksi ekonomi masyarakat melalui berkembangnya platform e-commerce, dompet digital, dan berbagai sistem pembayaran elektronik yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi (Rahmasari, 2023). Perkembangan tersebut tidak hanya menjangkau masyarakat umum, tetapi juga kelompok remaja, termasuk santriwati yang semakin akrab dengan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Di satu sisi, digitalisasi memberikan kemudahan akses terhadap berbagai kebutuhan, namun di sisi lain juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif akibat kemudahan berbelanja, promosi yang masif, serta berbagai fitur insentif seperti diskon dan cashback (Sundah et al., 2021).

Dalam konteks masyarakat Muslim, kemampuan menghadapi dinamika ekonomi digital memerlukan literasi keuangan syariah yang memadai. Literasi keuangan syariah tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengelola pendapatan, pengeluaran, dan tabungan, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi, seperti keadilan, kemaslahatan, transparansi, serta penghindaran unsur riba, gharar, dan maysir (Abdurrahman et al., 2022). Hal yang sama dikatakan oleh Nuraini et al., (2024) bahwa literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep, produk, layanan, serta mekanisme keuangan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Literasi tersebut meliputi pemahaman mengenai prinsip keadilan (al-'adl), kemaslahatan (maslahah), transparansi, tanggung jawab, serta penghindaran praktik yang mengandung unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi atau perjudian). Pemahaman tersebut penting agar individu mampu mengambil keputusan ekonomi yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Islam (Apriani, 2019).

Urgensi penguatan literasi keuangan syariah semakin besar seiring meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital di Indonesia. Meskipun Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah (Putri, 2022), tingkat literasi keuangan syariah masyarakat masih relatif lebih rendah dibandingkan perkembangan inklusi keuangan (Nesner et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemanfaatan layanan keuangan dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya. Selain itu, kemampuan memahami perilaku konsumen juga menjadi kebutuhan penting bagi generasi muda agar mampu bersikap kritis terhadap berbagai bentuk promosi dan

pengaruh media digital dalam proses pengambilan keputusan konsumsi (Bagaskoro et al., 2022).

Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru merupakan lembaga pendidikan Islam yang memiliki jumlah santriwati cukup besar dan berasal dari beragam latar belakang sosial ekonomi (Amri et al., 2019). Hasil observasi awal dan diskusi dengan pengelola pesantren menunjukkan bahwa sebagian besar santriwati telah memanfaatkan perangkat digital untuk mengakses informasi dan berinteraksi dengan berbagai platform digital. Namun, pemahaman mereka mengenai pengelolaan keuangan syariah, perencanaan keuangan pribadi, serta kemampuan menyikapi promosi dan pola konsumsi di era digital masih terbatas. Kegiatan pembelajaran di pesantren selama ini juga belum secara khusus memberikan pendampingan praktis terkait literasi keuangan syariah dan perilaku konsumen dalam konteks ekonomi digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan nyata untuk memperkuat kapasitas santriwati agar mampu mengelola keuangan secara bijak sekaligus mengambil keputusan konsumsi yang rasional dan sesuai prinsip syariah (Karimah et al., 2025).

Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang memiliki jumlah santriwati besar dan berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi (Anwar et al., 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi digital, para santriwati juga tidak terlepas dari penggunaan perangkat digital untuk mengakses informasi, berkomunikasi, maupun melakukan aktivitas transaksi secara daring. Hasil observasi awal dan diskusi dengan pihak pesantren menunjukkan bahwa sebagian santriwati telah mengenal berbagai platform e-commerce dan layanan pembayaran digital. Namun demikian, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan syariah, pengendalian perilaku konsumsi, serta kemampuan dalam menyikapi berbagai bentuk promosi digital masih memerlukan penguatan melalui kegiatan edukasi yang terstruktur.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan antara tingginya akses dan pemanfaatan teknologi digital oleh santriwati dengan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara syariah, menyikapi berbagai strategi pemasaran digital secara kritis, serta memahami aspek syariah dalam transaksi daring. Kesenjangan ini berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif dan pengambilan keputusan ekonomi yang kurang rasional apabila tidak diimbangi dengan edukasi yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan program pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga mampu mengoptimalkan potensi dan aset yang telah dimiliki santriwati sebagai modal pembelajaran (Amri et al., 2019). Untuk menjawab kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini dipilih karena berorientasi pada pengembangan aset dan potensi yang telah dimiliki komunitas, bukan berfokus pada keterbatasannya. Dalam konteks Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru, aset tersebut meliputi budaya belajar yang kuat, lingkungan pendidikan yang kondusif, kedisiplinan santriwati, kemampuan dasar penggunaan teknologi digital, serta tingginya motivasi peserta untuk memahami praktik ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. Pemanfaatan aset-aset tersebut memungkinkan proses edukasi berlangsung lebih partisipatif dan kontekstual sehingga santriwati tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi

juga berperan aktif dalam mengidentifikasi permasalahan dan mengembangkan praktik pengelolaan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hasil observasi awal dan diskusi dengan pengelola Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru menunjukkan bahwa santriwati telah cukup familiar dengan penggunaan teknologi digital, termasuk pemanfaatan media sosial, marketplace, dan berbagai layanan transaksi daring. Namun, pemahaman mereka mengenai literasi keuangan syariah masih terbatas pada aspek penggunaan uang sehari-hari dan belum mencakup perencanaan keuangan, pengelolaan pengeluaran, maupun prinsip-prinsip transaksi syariah dalam lingkungan digital. Selain itu, santriwati juga mengaku sering terpapar berbagai strategi promosi digital seperti diskon, cashback, gratis ongkos kirim, dan flash sale yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian. Di sisi lain, muncul kebutuhan yang cukup tinggi untuk memahami aspek kehalalan produk, akad jual beli online, serta cara melakukan transaksi digital yang aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Temuan awal ini menunjukkan bahwa akses terhadap teknologi digital belum sepenuhnya diimbangi oleh kemampuan literasi keuangan syariah dan perilaku konsumsi yang kritis.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam meningkatkan kapasitas literasi keuangan syariah dan pemahaman perilaku konsumen di kalangan santriwati. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, pengelolaan keuangan pribadi yang bijaksana, serta strategi menghadapi berbagai bentuk transaksi digital di era e-commerce. Melalui kegiatan ini diharapkan santriwati Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengambil keputusan ekonomi yang rasional, bertanggung jawab, dan selaras dengan nilai-nilai syariah, sehingga mampu menjadi generasi Muslim yang adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus tetap berpegang pada prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

KAJIAN LITERATUR

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu untuk memahami, menganalisis, dan menerapkan konsep-konsep keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari. Literasi ini tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai produk dan layanan keuangan syariah, tetapi juga pemahaman terhadap nilai-nilai Islam yang menjadi dasar dalam aktivitas ekonomi dan keuangan (Yushita, 2017). Dengan tingkat literasi keuangan syariah yang baik, seseorang diharapkan mampu mengambil keputusan keuangan yang tepat, bertanggung jawab, dan selaras dengan tujuan syariah (Hayati et al., 2023)

Literasi keuangan syariah mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan perilaku dalam pengelolaan keuangan. Individu tidak hanya dituntut memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam, tetapi juga memiliki kemampuan mengelola keuangan, menyusun anggaran, menabung, dan merencanakan kebutuhan finansial secara bijaksana (Tulasmi & Mukti, 2020). Pada era digital, penguatan literasi keuangan syariah menjadi semakin penting karena semakin beragamnya produk dan layanan keuangan yang dapat diakses secara daring (Mukti et al., 2023).

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Yoesoep, 2022). Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun lingkungan sosial di sekitarnya (Sunardi, et al, 2022). Dalam era digital, media sosial, ulasan pengguna, serta berbagai strategi pemasaran digital turut berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dalam perspektif Islam, aktivitas konsumsi tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga mempertimbangkan aspek kemaslahatan dan tanggung jawab moral (Wahyuni et al., 2022). Oleh karena itu, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan menjadi bagian penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional dan bertanggung jawab. Pemahaman ini penting dimiliki oleh remaja, termasuk santriwati, yang rentan terhadap pengaruh tren dan promosi digital.

Transaksi Digital & E-commerce

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya penggunaan transaksi elektronik melalui berbagai platform e-commerce (Sudaryono et al., 2020). E-commerce memungkinkan proses pencarian informasi produk, pemesanan, pembayaran, hingga distribusi dilakukan secara daring dengan lebih mudah dan efisien (Habibah et al., 2025). Kemudahan tersebut semakin didukung oleh berbagai inovasi teknologi seperti marketplace, dompet digital, mobile banking, dan sistem pembayaran elektronik lainnya (Triani & Mulyadi, 2019). Perkembangan e-commerce telah mengubah pola interaksi antara produsen dan konsumen serta memperluas akses masyarakat terhadap berbagai produk dan layanan (Sudiantini et al., 2023). Kondisi ini menjadikan e-commerce sebagai salah satu sektor yang berkembang pesat dalam ekonomi digital Indonesia (Orinaldi, 2020). Selain memberikan manfaat berupa kemudahan akses dan efisiensi transaksi (Rosmiati et al., 2023), e-commerce juga menghadirkan tantangan berupa meningkatnya risiko pembelian impulsif akibat berbagai strategi pemasaran digital (Budiwati, 2017).

Di samping itu, transaksi digital juga memiliki berbagai risiko yang perlu dipahami oleh pengguna, seperti penyalahgunaan data pribadi, penipuan daring (*online fraud*), pencurian identitas digital, hingga keamanan sistem pembayaran elektronik (Ertanti & Fahrizi, 2022). Oleh karena itu, pengguna e-commerce tidak hanya memerlukan kemampuan menggunakan teknologi digital, tetapi juga harus memiliki literasi keuangan dan literasi digital yang memadai agar mampu melakukan transaksi secara aman, bijaksana, dan bertanggung jawab (Adiyanto et al., 2021). Dalam perspektif ekonomi Islam, pemanfaatan e-commerce diperbolehkan selama transaksi yang dilakukan memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti kejujuran, transparansi, dan terhindar dari unsur riba, gharar, maupun maysir (Suwitari & Larasdiputra, 2020). Pemahaman mengenai prinsip tersebut menjadi penting agar masyarakat Muslim mampu memanfaatkan teknologi digital tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman (Judijanto et al., 2024).

METODE

Sasaran kegiatan adalah santriwati yang telah memiliki akses terhadap perangkat digital dan berinteraksi dengan berbagai platform digital, baik untuk memperoleh informasi maupun melakukan transaksi secara daring. Program ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi keuangan syariah, perilaku konsumen yang bijaksana, serta kemampuan menghadapi transaksi digital di era e-commerce (Masturoh & Arif, 2023). Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Asset Based Community Development (ABCD)*. Pendekatan ABCD dipilih karena berorientasi pada pengembangan kapasitas masyarakat melalui pemanfaatan aset, potensi, dan sumber daya yang telah dimiliki komunitas. Berbeda dengan pendekatan berbasis masalah (*needs-based approach*), ABCD menempatkan komunitas sebagai subjek utama pembangunan dengan mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki untuk mencapai perubahan yang berkelanjutan (Santoso & Widyamurti, 2022). Dalam kegiatan ini, aset yang dimiliki santriwati berupa kemampuan dasar penggunaan teknologi digital, lingkungan pesantren yang mendukung proses pembelajaran, serta motivasi yang tinggi untuk memahami pengelolaan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 03 Mei 2026 sampai dengan 01 Juni 2026. Dalam pelaksanaan melalui empat tahapan utama ABCD, yaitu *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Destiny*.

Tahap Discovery (Menemukan Aset)

Tahap discovery bertujuan untuk mengidentifikasi potensi, aset, dan kebutuhan peserta yang berkaitan dengan literasi keuangan syariah dan penggunaan teknologi digital. Kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara informal, serta koordinasi dengan pengelola Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar santriwati telah mengenal penggunaan telepon pintar, media sosial, dan berbagai platform digital yang memungkinkan mereka mengakses informasi maupun melakukan transaksi secara daring. Selain itu, ditemukan adanya minat yang tinggi untuk mempelajari pengelolaan keuangan yang lebih terarah dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kondisi tersebut menjadi modal sosial yang penting dalam pelaksanaan program pemberdayaan.

Tahap Dream (Merumuskan Harapan)

Tahap dream dilakukan untuk menggali harapan, aspirasi, dan kebutuhan peserta terkait pengelolaan keuangan serta pemanfaatan teknologi digital. Melalui diskusi kelompok dan sesi berbagi pengalaman, peserta menyampaikan keinginan untuk memahami cara mengelola uang saku secara lebih efektif, mengenali prinsip-prinsip transaksi yang sesuai dengan syariah, serta memahami risiko yang mungkin muncul dalam penggunaan platform digital dan e-commerce. Peserta juga mengungkapkan kebutuhan akan pengetahuan mengenai cara membedakan kebutuhan dan keinginan agar tidak mudah terpengaruh oleh berbagai promosi yang ditawarkan melalui media digital.

Tahap Design (Merancang Program)

Berdasarkan hasil identifikasi aset dan kebutuhan peserta, tim pengabdian menyusun desain program edukasi yang disesuaikan dengan karakteristik

santriwati. Program dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dengan mengintegrasikan aspek literasi keuangan syariah, perilaku konsumen, dan transaksi digital. Materi yang diberikan meliputi:

1. Konsep dasar literasi keuangan syariah, pengelolaan keuangan pribadi dan prinsip-prinsip ekonomi dan transaksi keuangan dalam Islam. Materi disampaikan oleh Bapak H. Mukhlis Kaspul Anwar, Lc, MM
2. Edukasi perilaku konsumen yang rasional dan bertanggung jawab, materi disampaikan oleh ibu Lola Malihah, SE, MM
3. Pemahaman mengenai transaksi digital dan penggunaan platform e-commerce secara aman disampaikan oleh ibu Nur Habibah, M.E

Selain penyampaian materi, tim juga menyiapkan studi kasus dan simulasi sederhana yang memungkinkan peserta memahami penerapan konsep-konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Tahap Destiny (Implementasi dan Pendampingan)

Tahap destiny merupakan tahap implementasi program yang telah dirancang. Kegiatan dilaksanakan melalui kombinasi metode ceramah, diskusi interaktif, tanya jawab, dan studi kasus. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman konseptual mengenai literasi keuangan syariah dan perilaku konsumen, sedangkan diskusi dan studi kasus digunakan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menganalisis berbagai situasi yang sering ditemui dalam transaksi digital. Pada sesi simulasi, peserta diberikan contoh penyusunan anggaran sederhana berdasarkan uang saku yang dimiliki serta latihan pengambilan keputusan pembelian berdasarkan skala prioritas kebutuhan. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana dan pengendalian perilaku konsumtif. Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan partisipasi yang aktif melalui diskusi, penyampaian pengalaman pribadi, serta keterlibatan dalam penyelesaian studi kasus yang diberikan.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi partisipasi peserta selama kegiatan, sesi tanya jawab mengenai literasi keuangan syariah, perilaku konsumen, dan transaksi digital. Selain itu, umpan balik peserta juga dikumpulkan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap manfaat program yang telah dilaksanakan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi meningkatnya pemahaman peserta mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah, meningkatnya kesadaran dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, serta bertambahnya pengetahuan mengenai penggunaan platform digital dan e-commerce secara aman dan bertanggung jawab. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu membentuk perilaku keuangan yang lebih bijaksana dan mendukung penguatan karakter santriwati sebagai generasi Muslim yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital tanpa mengabaikan nilai-nilai syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengenai penguatan literasi keuangan syariah dan edukasi perilaku konsumen dalam menghadapi transaksi

digital di era e-commerce dilaksanakan di Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru dengan melibatkan 130 santriwati kelas X dan XI. Kegiatan ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang berfokus pada pemanfaatan aset yang telah dimiliki komunitas, seperti kemampuan dasar penggunaan teknologi digital, lingkungan belajar pesantren yang kondusif, serta motivasi belajar peserta yang tinggi. Pendekatan tersebut memungkinkan proses edukasi berlangsung secara partisipatif sehingga santriwati tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam memahami dan merefleksikan praktik pengelolaan keuangan serta perilaku konsumsi di era digital.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Penguatan Literasi Keuangan Syariah Dan Edukasi Perilaku Konsumen Bagi Santriwati Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru

Peningkatan Pemahaman Literasi Keuangan Syariah

Salah satu capaian utama kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman santriwati mengenai konsep dan prinsip dasar literasi keuangan syariah (Amalia et al., 2023). Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian peserta telah mengenal transaksi digital dan aktivitas belanja daring, namun pemahaman mengenai pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah masih relatif terbatas. Setelah mengikuti kegiatan, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya perencanaan keuangan, penyusunan prioritas kebutuhan, pengelolaan pengeluaran, serta kebiasaan menabung sebagai bagian dari implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Peserta juga mulai memahami bahwa pengelolaan keuangan tidak hanya berkaitan dengan penggunaan uang untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga mencakup kemampuan mengendalikan pengeluaran, menghindari pemborosan, dan mempertimbangkan aspek kebermanfaatan dalam setiap keputusan ekonomi. Selain itu, peserta memahami bahwa transaksi ekonomi dalam Islam harus dilandasi prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sehingga aktivitas

keuangan tidak hanya memberikan manfaat secara material, tetapi juga memiliki nilai moral dan spiritual.

Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah berkontribusi dalam membentuk perilaku ekonomi yang lebih bertanggung jawab (Mustofa, 2021). Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Haryanti et al. (2020) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional (Haryanti et al., 2020). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran, menyusun prioritas kebutuhan, dan menghindari perilaku konsumtif (Winarno & Nurhayati, 2017).

Peningkatan Kesadaran terhadap Perilaku Konsumen

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesadaran santriwati mengenai urgensi menjadi konsumen yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital. Melalui penyampaian materi yang bersifat interaktif serta diskusi berbasis kasus-kasus nyata yang dekat dengan pengalaman sehari-hari, peserta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut antara lain meliputi iklan digital yang semakin masif, strategi promosi seperti diskon besar, cashback, flash sale, serta penawaran gratis ongkos kirim, termasuk pula pengaruh kuat dari media sosial dan influencer dalam membentuk preferensi konsumsi.

Dalam proses diskusi, sebagian peserta secara reflektif mengakui bahwa berbagai bentuk promosi tersebut sering kali memunculkan dorongan impulsif untuk melakukan pembelian tanpa terlebih dahulu mempertimbangkan tingkat kebutuhan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan remaja sangat rentan dipengaruhi oleh stimulus digital yang dirancang secara persuasif oleh pelaku pemasaran. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan, peserta mulai menunjukkan perubahan pemahaman yang lebih kritis terhadap mekanisme promosi digital. Mereka menyadari bahwa berbagai bentuk promosi tersebut bukan sekadar penawaran keuntungan ekonomis, tetapi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang secara sistematis dirancang untuk memengaruhi perilaku dan keputusan konsumen. Kesadaran ini kemudian mendorong peserta untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam mengambil keputusan pembelian, dengan mempertimbangkan aspek manfaat, tingkat urgensi kebutuhan, serta kemampuan finansial yang dimiliki.

Lebih lanjut, pemahaman mengenai perbedaan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) menjadi salah satu konsep yang paling mudah dipahami sekaligus paling relevan dengan pengalaman keseharian peserta. Konsep ini membantu santriwati untuk melakukan refleksi terhadap pola konsumsi mereka sendiri, sehingga diharapkan mampu membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional, terkontrol, dan sesuai dengan prinsip tanggung jawab finansial di era digital.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian penelitian yang menunjukkan bahwa promosi digital memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsif, terutama pada kelompok usia muda (Pulungan, 2017). Hasil kegiatan juga mendukung pandangan bahwa literasi konsumen berperan penting dalam

membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab (Ssikawati & Ningtyas, 2022). Dengan demikian, penguatan pemahaman mengenai perilaku konsumen tidak hanya membantu peserta mengendalikan dorongan konsumtif, tetapi juga membentuk kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi berbagai strategi pemasaran yang berkembang di era digital.



Gambar 2. Partisipasi Aktif Santriwati Dalam Sesi Diskusi dan Tanya Jawab dan mendapat *Reward* dari Pemateri

Pemahaman tentang Transaksi Digital dan Nilai Konsumsi Islami

Aspek lain yang mengalami penguatan melalui kegiatan ini adalah pemahaman santriwati mengenai transaksi digital yang aman serta penerapan nilai-nilai konsumsi Islami dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Peserta memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya menjaga kerahasiaan data pribadi, tidak membagikan kode OTP kepada pihak lain, menggunakan platform yang terpercaya, serta memeriksa reputasi penjual sebelum melakukan transaksi. Pemahaman tersebut menjadi penting mengingat semakin meningkatnya penggunaan platform digital di kalangan generasi muda yang juga diikuti oleh berbagai risiko keamanan transaksi.

Selain aspek keamanan, kegiatan ini juga memperkuat pemahaman peserta mengenai kesesuaian transaksi digital dengan prinsip-prinsip syariah. Diskusi mengenai kehalalan produk, akad jual beli daring, serta praktik konsumsi yang

sesuai dengan nilai-nilai Islam memperoleh perhatian yang tinggi dari peserta. Antusiasme tersebut menunjukkan bahwa generasi muda tidak hanya membutuhkan pemahaman teknis mengenai penggunaan teknologi digital, tetapi juga memerlukan panduan mengenai aspek etika dan syariah dalam aktivitas ekonomi modern.

Temuan ini mendukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa generasi muda memerlukan edukasi ekonomi digital yang tidak hanya berfokus pada pemanfaatan teknologi, tetapi juga pada pemahaman nilai dan etika dalam bertransaksi (Ningtyas & Andarsari, 2021). Dari perspektif ekonomi Islam, peningkatan pemahaman tersebut mencerminkan berkembangnya kesadaran peserta terhadap konsep konsumsi yang moderat (*wasathiyah*) serta pentingnya menghindari perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*) (Hidayati et al., 2023). Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan teknologi digital secara aman, tetapi juga memperkuat internalisasi nilai-nilai keislaman dalam pengambilan keputusan ekonomi sehari-hari (Tedy & Yusuf, 2020).

Efektivitas Pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD)

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) efektif digunakan dalam penguatan literasi keuangan syariah dan edukasi perilaku konsumen di lingkungan pesantren. Efektivitas tersebut terlihat dari tingginya partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung serta kemampuan santriwati dalam menghubungkan materi yang disampaikan dengan pengalaman mereka dalam menggunakan teknologi digital dan melakukan transaksi daring. Pendekatan ABCD memungkinkan proses pembelajaran dilakukan dengan memanfaatkan aset yang telah dimiliki komunitas, seperti kemampuan dasar penggunaan teknologi digital, budaya belajar yang kuat, lingkungan pesantren yang mendukung, serta motivasi peserta untuk memahami praktik ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pemanfaatan aset tersebut menjadikan proses edukasi lebih kontekstual dan partisipatif karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat dalam proses refleksi terhadap perilaku konsumsi dan kebiasaan transaksi yang mereka lakukan sehari-hari.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis aset dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat karena pendekatan ini berangkat dari potensi yang telah dimiliki komunitas, bukan dari kekurangannya. Dengan demikian, proses pemberdayaan menjadi lebih relevan, partisipatif, dan berkelanjutan. Dalam konteks kegiatan ini, pendekatan ABCD tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi keuangan syariah, tetapi juga memperkuat kesadaran kritis mereka dalam menyikapi berbagai tantangan ekonomi digital yang berkembang dengan sangat cepat, termasuk dinamika konsumsi digital, pengaruh promosi daring, serta perubahan pola perilaku ekonomi di kalangan generasi muda.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi literasi keuangan syariah, edukasi perilaku konsumen, dan pemahaman transaksi digital merupakan pendekatan yang relevan dalam mempersiapkan generasi muda Muslim menghadapi perkembangan ekonomi digital (Nasution & Fatira, 2019). Penguatan ketiga aspek tersebut membantu peserta memahami pentingnya pengelolaan

keuangan yang bijaksana, perilaku konsumsi yang rasional, serta pemanfaatan teknologi digital yang aman dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan aspek pengetahuan, tetapi juga mendorong terbentuknya kesadaran dan sikap yang lebih bertanggung jawab dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

KESIMPULAN & SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) di Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru berhasil meningkatkan pemahaman santriwati mengenai literasi keuangan syariah, perilaku konsumen yang rasional, serta pentingnya keamanan dalam transaksi digital. Kegiatan ini juga memperkuat kesadaran peserta untuk membedakan kebutuhan dan keinginan, bersikap lebih kritis terhadap berbagai strategi pemasaran digital, serta menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas konsumsi dan transaksi daring. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi literasi keuangan syariah, edukasi perilaku konsumen, dan pemahaman transaksi digital merupakan pendekatan yang relevan dalam membekali generasi muda Muslim menghadapi perkembangan ekonomi digital secara bijaksana, aman, dan bertanggung jawab.

Program literasi keuangan syariah perlu dilaksanakan secara berkelanjutan di lingkungan pesantren melalui kegiatan edukasi, pendampingan, maupun integrasi materi ke dalam program pembinaan santri. Selain itu, materi mengenai transaksi digital syariah, keamanan finansial, dan kewirausahaan digital dapat dikembangkan sebagai bentuk penguatan kapasitas santriwati dalam menghadapi dinamika ekonomi digital. Kegiatan serupa juga perlu diperluas ke pesantren dan lembaga pendidikan Islam lainnya agar manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, L. T., Saifullah, U., Darussalam, I., & Arkham, S. A. (2022). SDGs and Islamic Studies: Fiqh Muamalat, Sustainable Development, and Maqashid Asy-Syari'ah. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 14(2), 175–195. <https://doi.org/10.14421/azzarqa.v14i2.2583>
- Adiyanto, M. R., Setyo, A., & Purnomo, D. (2021). *Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah*. 9(1), 1–12.
- Amalia, R., Anwar, M. Ka., Malihah, L., & Aisyah, L. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan Layanan Perbankan Syariah. *INASJIF: Indonesian Scientific Journal Of Islamic Finance*, 1(2), 138–151. <https://doi.org/10.21093/inasjif.v1i2.5501>
- Amri, A. I. S., Hasbullah, H., & Tan, M. I. (2019). Minat Konsumen membeli produk online shop ditinjau dari kepercayaan konsumen. *PROKSI: Jurnal Program Vokasi Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Anwar, M. K., Ma'mun, M. Y., Malihah, L., Taufiq, A., Murliana, M., & Maharani, D. (2022). Literasi ekonomi dan keuangan syariah bagi santriwati di Pondok Pesantren Al Falah Puteri Banjarbaru. *ABDIMAKARTI*, 1(2), 134–139.
- Apriani, R. (2019). *Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Respon Masyarakat Sekitar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Stdu Kasus PT Sinar*

- Bambu Kecana, Kec. Gunung Sugih, Kab. Lampung Tengah). Institut AGama Islam Negeri Merto Lampung.
- Atmojo, C. T. (2022). Efektivitas Penggunaan E-Commerce Sebagai Strategi Berwirausaha Pedagang Kaki Lima di Jombang. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 7(1), 1–8.
- Bagaskoro DS, Alamsyah FA, & Ramadhan S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi demografi: fertilitas, mortalitas dan migrasi (literature review perilaku konsumen). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik*, 2(3), 294–303.
- Budiwati, S. (2017). Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah. *Jurisprudence*, 7(2), 152–159.
- Ertanti, I., & Fahrizi, M. (2022). Praktik Ijab-Kabul (akad) dalam transaksi jual beli oleh masyarakat Banjar ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Islam. *DIVERSI: Jurnal Hukum*, 8(2).
- Habibah, N., Malihah, L., Hisan, K., Al Mubarak, M. A. R., & Sari, A. N. (2025). SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DALAM RANGKA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM DI DESA PEMATANG PANJANG KECAMATAN SUNGAI TABUK . *Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)* , 3(5).
- Haryanti, P., Hidayati, A., Rodliyah, I., Nisful Laili, C., & Saraswati, S. (2020). Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Pada Anak Usia Dini. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 136.
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v3i2.6584>
- Hayati, S. N., Rsudiana, R., & Malihah, L. (2023). Pengaruh digital payment dan promosi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 123–134.
- Hidayati, Y., Anwar, M. K., & Malihah, L. (2023). Pengaruh pasar digital terhadap omset penjualan pakaian di Pasar Batuah Martapura. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1).
- Judijanto, L., Fajariana, D. E., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024). Eksplorasi penelitian etika bisnis dan tanggung jawab perusahaan dengan pendekatan bibliometrik. *Sankara Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 115–123.
<https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.369>
- Karimah, H., Malihah, L., Anwar, M. K., Hidayatullah, M. S., Afif, A. M., Lambung, U., & Banjarmasin, M. (2025). MEMBANGUN GENERASI CERDAS FINANSIAL DI ERA DIGITAL: LITERASI KEUANGAN PADA SISWA MA DARUL HUDA DESA BAWAHAN PASAR KECAMATAN MATRAMAN KABUPATEN BANJAR. 4(1).
- Masturoh, U., & Arif, M. (2023). Pendampingan Gerakan Literasi dengan Metode ABCD pada Satuan Pendidikan Anak Usia Dini untuk menumbuhkan Gerakan Literasi Inklusif Berbasis Komunitas. *JPMD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa*, 4(1), 2745–5947.
<https://doi.org/10.22460/empowerment.v5i1p1-17.552>
- Mukti, S. P., Malihah, L., & Karimah, H. (2023). Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Universitas Wiraraja*, 13(2), 114–127.
- Mustofa, M. (2021). Analisis literasi keuangan syariah dan perilaku menabung mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(2), 183–191.

- Nasution, A. W., & Fatira, M. (2019). Analisis faktor kesadaran literasi keuangan syariah mahasiswa keuangan dan perbankan syariah. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40–63.
- Nesneri, Y., Novita, U., Irdyanti, I., & Azwar. (2023). Analisis literasi keuangan syariah pada masyarakat Riau. *TABARRU: Jurnal Islamic Banking and Finance*, 6(1). [https://doi.org/10.25299/jtb.2023vol6\(1\).13455](https://doi.org/10.25299/jtb.2023vol6(1).13455)
- Ningtyas, & Andarsari. (2021). Peran perilaku keuangan dalam memoderasi literasi keuangan dan keberlangsungan usaha. *Jurnal Riset Dan Aplikasi : Akuntansi Dan Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i1.004>
- Nuraini, A., & Monoarfa dan Juliana, H. (2024). PERKEMBANGAN STUDI LITERASI KEUANGAN SYARIAH: ANALISIS BIBLIOMETRIK. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.35836/jakis.v12i1.524>
- Orinaldi, M. (2020). Peran E commerce dalam meningkatkan resiliensi bisnis di era pandemi. *ILTIZAM: Jurnal of Shariah Economics Research*, 4(2). <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i2.594>
- Pulungan, D. (2017). Literasi keuangan dan dampak terhadap perilaku keuangan masyarakat Kota Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekenomi Dan Studi Pembangunan*, 17(1).
- Putri, M. N. (2022). LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KINERJA UMKM. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>
- Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3), 622–636.
- Rosmiati, R., Jamaluddin, J., & Lidiana, L. (2023). The Effect Design, Material and Information of Packaging on Comsumer Behaviour E-Commerce. *Jurnal Administrasi Kantor Univ. Bina Insani*, 11(1), 103–113.
- Santoso, R. E., & Widyamurti, N. (2022). Model Pengolahan Limbah Plastik OPP Laminasi Menjadi Produk Aksesoris Fesyen. *National Conference PKM Center Sebelas Maret University*, 440–445.
- Ssikawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Literasi keuangan, financial technology dan perilaku keuangan mahasiswa. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai enterpreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JUMANIS)*, 2(2), 111–124.
- Sudiantini, D., Naiwasha, A., Izzati, A., Ayunia, A., Putri, B., & Rindiani, C. (2023). Penggunaan Teknologi Pada Manajemen Sumber Daya Manusia Di Dalam Era Digital Sekarang. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(2), 262–269.
- Sunardi, Peter Narotama; Sari, Putri Regita; Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian melalui minat beli, kualitas produk dan harga (suatu kajian literatur manajemen pemasaran). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(2), 302–315. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i2>
- Sundah, P. M., Adelina, C., & Purba, H. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai langkah mewujudkan pemulihan dan resiliensi pelaku usaha di masa pandemi. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1228>

- Suwitari, N. K. E., & Larasdiputra, G. D. (2020). Pemasaran Konvensional Versus Online: Dimensi Hukum Di Dalam E-Commerce. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang*, 1(3), 111–121.
- Tedy, Tedy., & Yusuf, S. (2020). Literasi keuangan syariah pada pendidikan dasar : Tinjauan teoritis dan empiris. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 116–122.
- Triani, A., & Mulyadi, H. (2019). Peningkatan Pengalaman Keuangan Remaja Untuk Literasi Keuangan Syariah Yang Lebih Baik. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 5(1), 9–22. <https://doi.org/10.19109/ifinace.v5i1.3714>
- Tulasmi, T., & Mukti, T. (2020). Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 239. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1072>
- Wahyuni, E. F., Hilal, S., & Madnasir. (2022). Analisis Implementasi Etika Kerja Islam, Ekonomi Hijau dan Kesejahteraan dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3476–3486.
- Winarno, H., & Nurhayati, E. (2017). Literasi keuangan di kalangan mahasiswa (survei pada mahasiswa Universitas Kuningan). *JRKA : Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 3(2).
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara* (cetakan pe).
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *NOMINAL: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>