

Pemanfaatan Media Sosial Secara Bijak Dalam Mendukung Literasi Keuangan Serta Membangun Entrepreneurship

Lamsah^{1*}, Erimina Halawa²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Pamulang, Jl. Raya Serang Jakarta, Kelodran, Walantaka, Serang, Banten.
E-mail: dosen10100@unpam.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6306>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 21 May 2026

Revised: 27 May 2026

Accepted: 02 Jun 2026

Kata Kunci:

Literasi Keuangan,
Media Sosial,
Entrepreneurship.

Keywords:

Financial Literacy,
Social Media,
Entrepreneurship.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial secara bijak dalam mendukung literasi keuangan serta membangun jiwa entrepreneurship. Media sosial saat ini memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media edukasi, promosi usaha, dan pengembangan keterampilan berwirausaha. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang baik agar penggunaannya memberikan manfaat positif. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, dan diskusi interaktif kepada peserta. Materi yang diberikan meliputi penggunaan media sosial secara bertanggung jawab, pengelolaan keuangan pribadi, serta strategi memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran usaha. Kegiatan ini juga dilengkapi dengan sesi tanya jawab dan studi kasus agar peserta lebih mudah memahami materi yang disampaikan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan, seperti kemampuan mengatur pengeluaran, menabung, dan mengenali risiko keuangan digital. Selain itu, peserta juga memperoleh wawasan baru tentang peluang entrepreneurship melalui media sosial, seperti pemasaran produk secara online, membangun personal branding, dan memperluas jaringan usaha. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif dalam mendorong penggunaan media sosial yang lebih bijak, produktif, dan bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

This Community Service Program (PKM) aims to improve participants' understanding of the wise use of social media in supporting financial literacy and developing an entrepreneurial spirit. Social media currently plays an important role in society, not only as a means of communication but also as a medium for education, business promotion, and the development of entrepreneurial skills. Therefore, proper understanding is needed so that its use can provide positive benefits. The implementation method of this activity was carried out through socialization, counseling, training, and interactive discussions with participants. The materials provided included responsible use of social media, personal financial management, and strategies for utilizing social media as a marketing tool for business purposes. This activity was also complemented by question-and-answer sessions and case studies to help participants better understand the material presented. The results of the activity showed that participants experienced an increase in understanding of the importance of financial literacy, such as the ability to manage expenses, save money, and recognize digital financial risks. In addition, participants also gained new insights into entrepreneurial opportunities through social media, such as online product marketing, building personal branding, and expanding business networks. Therefore, this Community Service Program had a positive impact in encouraging the wiser, more productive, and beneficial use of social media to improve the economic welfare of society.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Lamsah, et al. (2026), Pemanfaatan Media Sosial Secara Bijak Dalam Mendukung Literasi Keuangan Serta Membangun Entrepreneurship, 4(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6306>

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada mitra yang merupakan siswa sekolah menengah atas di wilayah kota serang. Mitra termasuk dalam kategori tidak produktif secara ekonomi namun memiliki potensi menuju ekonomi produktif, khususnya dalam konteks pengembangan literasi keuangan dan kewirausahaan berbasis digital. Secara umum, siswa berada pada fase perkembangan remaja yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, perkembangan teknologi, serta arus informasi digital yang sangat cepat.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pihak sekolah, diketahui bahwa hampir seluruh siswa telah menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp dalam aktivitas sehari-hari. Penggunaan media sosial tersebut sebagian besar dimanfaatkan untuk hiburan, mengikuti tren, berinteraksi dengan teman sebaya, serta mencari informasi ringan. Namun demikian, pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi, pengembangan keterampilan, maupun sebagai media produktif seperti kewirausahaan, masih sangat terbatas (Norhidayah, dkk, 2025).

Dari sisi literasi keuangan, sebagian besar siswa belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pengelolaan keuangan pribadi. Siswa umumnya menerima uang saku harian atau mingguan dari orang tua, namun belum terbiasa melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara sistematis. Hal ini menyebabkan siswa cenderung menggunakan uang secara konsumtif tanpa perencanaan yang matang. Selain itu, siswa belum memahami konsep dasar seperti kebutuhan dan keinginan, prioritas pengeluaran, serta pentingnya menabung sejak dini (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Perilaku konsumtif siswa juga dipengaruhi secara signifikan oleh konten media sosial. Fenomena "fear of missing out" (FOMO) mendorong siswa untuk mengikuti tren yang sedang viral, seperti membeli makanan kekinian, pakaian, atau aksesoris yang sedang populer. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya pengeluaran yang tidak terkontrol serta rendahnya kesadaran untuk mengelola keuangan secara bijak (Hootsuite & We Are Social, 2023). Selain itu, pemahaman siswa terhadap konsep akuntansi dasar masih sangat minim. Siswa belum mampu melakukan pencatatan keuangan sederhana, seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran, mengelompokkan jenis pengeluaran, maupun menghitung saldo akhir. Padahal, keterampilan ini sangat penting sebagai dasar dalam membangun literasi keuangan yang baik dan sebagai bekal dalam kehidupan di masa depan (Lusardi & Mitchell, 2014). Di sisi lain, terdapat potensi besar yang dapat dikembangkan, yaitu pemanfaatan media sosial sebagai sarana usaha sederhana. Banyak siswa memiliki kreativitas yang tinggi, seperti membuat produk makanan ringan, kerajinan tangan, atau bahkan jasa sederhana. Namun, potensi ini belum dioptimalkan karena keterbatasan pengetahuan terkait pemasaran digital, strategi promosi, serta pengelolaan usaha yang baik (Kotler & Keller, 2016).

Selain itu, rendahnya literasi keuangan dan keterbatasan pemanfaatan teknologi secara produktif juga berdampak pada kurangnya kesiapan siswa dalam menghadapi tantangan ekonomi di masa depan. Dalam era digital saat ini, kemampuan mengelola keuangan dan memanfaatkan peluang usaha berbasis teknologi menjadi kompetensi penting yang perlu dimiliki sejak dini. Tanpa adanya pemahaman tersebut, siswa berpotensi mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi maupun dalam menciptakan peluang ekonomi secara mandiri. Oleh karena itu, diperlukan adanya intervensi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan aplikatif. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif kepada siswa mengenai pentingnya literasi keuangan, keterampilan pencatatan sederhana, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana kewirausahaan. Dengan demikian, siswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu menjadi individu yang produktif, kreatif, dan mandiri secara ekonomi di masa yang akan datang, serta memiliki daya saing tinggi di era globalisasi modern.

Dari segi produksi dan manajemen usaha sederhana, siswa belum memiliki pemahaman mengenai:

1. Perencanaan usaha (menentukan ide dan target pasar)
2. Pengelolaan modal
3. Penentuan harga jual
4. Strategi promosi melalui media sosial
5. Penghitungan laba dan rugi

Selain itu, siswa juga belum memahami pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Hal ini menjadi salah satu kendala dalam mengembangkan usaha, meskipun dalam skala kecil. Secara umum, kondisi mitra dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Tingginya intensitas penggunaan media sosial, namun belum dimanfaatkan secara produktif.
2. Rendahnya literasi keuangan siswa, khususnya dalam pengelolaan uang saku.
3. Tingginya perilaku konsumtif akibat pengaruh media sosial.
4. Minimnya pemahaman pencatatan keuangan sederhana (akuntansi dasar).
5. Belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana usaha.
6. Kurangnya keterampilan kewirausahaan dasar pada siswa.

Dengan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang mampu mengintegrasikan edukasi literasi keuangan, pemanfaatan media sosial secara bijak, serta pengembangan jiwa kewirausahaan siswa melalui pendekatan yang aplikatif dan interaktif.

METODE

Jenis Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan ini menggunakan metode Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan serta menganalisis peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial secara bijak dalam mendukung literasi keuangan dan membangun jiwa entrepreneurship.

Waktu dan Tempat Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Jum'at, 17 April 2026 di SMA Negeri 1 Pabuaran yang beralamat di Jalan Raya Palka Km. 8, Pasanggrahan, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang-Banten. Pemilihan lokasi didasarkan pada kebutuhan masyarakat terhadap edukasi mengenai penggunaan media sosial yang produktif dan peningkatan pemahaman literasi keuangan.

Target/Sasaran

Target kegiatan ini adalah siswa-siswi SMA Negeri 1 Pabuaran yang aktif menggunakan media sosial namun masih membutuhkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dan peluang usaha berbasis digital.

Subjek Penelitian

Subjek dalam kegiatan ini adalah peserta yang mengikuti program sosialisasi dan pelatihan, dengan jumlah peserta sebanyak 30 siswa-siswi.

Prosedur Pelaksanaan

Menurut Halawa, E., & Lamsah. (2025) Prosedur pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahap Persiapan, yaitu melakukan survei lokasi, koordinasi dengan pihak terkait, serta menyiapkan materi sosialisasi dan pelatihan.
2. Tahap Pelaksanaan adalah memberikan materi mengenai: Pemanfaatan media sosial secara bijak, Literasi keuangan dasar, Strategi pemasaran digital dan Membangun entrepreneurship melalui media sosial.
3. Tahap Evaluasi adalah melakukan diskusi, tanya jawab, serta evaluasi pemahaman peserta setelah kegiatan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kondisi Awal Peserta PKM sebelum Kegiatan

Sebelum sosialisasi dilakukan, sebagian besar peserta menggunakan media sosial hanya untuk hiburan, komunikasi, dan mengikuti tren. Pemahaman peserta mengenai literasi keuangan seperti pengelolaan uang, menabung, membuat anggaran, serta pemanfaatan media sosial untuk kegiatan produktif masih terbatas. Selain itu, minat berwirausaha peserta masih rendah karena kurangnya pengetahuan mengenai peluang usaha digital. Literasi keuangan menurut Nugroho, M. R. P., Haerunisa, H., Izati, M. P., Ramadhanty, S., & Firmansyah, B. (2024) adalah diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta keterampilan dalam mengelola keuangan secara efektif untuk pengambilan keputusan ekonomi yang tepat. Literasi keuangan mencakup pengetahuan mengenai pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan penggunaan produk keuangan secara bijak.

Penyampaian Materi

Adapun materi yang diberikan terkait :

Pemanfaatan Media Sosial Secara Bijak

Dalam kegiatan PKM dijelaskan bahwa media sosial dapat memberikan manfaat besar apabila digunakan secara bijak dan bertanggung jawab. Peserta diberikan pemahaman mengenai:

1. Memilih konten yang edukatif dan positif, contoh : Mengikuti akun edukasi, motivasi, dan berita terpercaya, Membatasi konten hiburan yang berlebihan.
2. Menghindari penyebaran hoaks dan penipuan online, contoh : Memeriksa sumber berita sebelum membagikannya.
3. Menjaga etika berkomunikasi di dunia digital, contoh : Menulis komentar dengan bahasa santun.
4. Mengatur waktu penggunaan media sosial agar tidak berlebihan, contoh : Membatasi waktu bermain media sosial setiap hari.
5. Menggunakan media sosial untuk belajar dan mengembangkan diri, contoh : Belajar desain, bahasa asing, atau bisnis digital dari konten kreator edukasi.

Setelah penyuluhan, peserta mulai memahami bahwa media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga alat untuk meningkatkan pengetahuan dan produktivitas

Media Sosial Dalam mendukung Literasi Keuangan

Pembahasan berikutnya menekankan bahwa media sosial dapat menjadi sumber edukasi keuangan. Peserta dikenalkan pada konten yang membahas:

1. Cara mengatur keuangan pribadi, contoh : Mencatat semua pemasukan dan pengeluaran setiap bulan
2. Pentingnya menabung sejak dini, contoh : Menyisihkan uang saku atau pendapatan secara rutin.
3. Perencanaan anggaran bulanan, contoh : Membagi dana sesuai prioritas kebutuhan
4. Dasar-dasar investasi
5. Waspada pinjaman online ilegal dan penipuan digital, contoh : Tidak membagikan OTP atau password kepada siapa pun

Hasil kegiatan menunjukkan peserta menjadi lebih sadar pentingnya mengelola keuangan secara baik dan tidak konsumtif akibat pengaruh tren media sosial.

Media Sosial Sebagai Sarana Entrepreneurship

Peserta juga diberikan pemahaman bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk memulai usaha dengan modal kecil. Materi yang diberikan meliputi:

1. Membuka usaha online melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp
2. Membuat konten promosi yang menarik
3. Menentukan target pasar
4. Membangun personal branding
5. Menjaga hubungan dengan pelanggan
6. Strategi pelayanan dan pemasaran digital

Peserta terlihat antusias karena mengetahui bahwa peluang usaha dapat dimulai dari rumah hanya dengan memanfaatkan smartphone dan internet.

Dokumentasi Kegiatan PKM



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di SMAN 1 Pabuaran

Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Pemanfaatan Media Sosial Secara Bijak dalam Mendukung Literasi Keuangan serta Membangun Entrepreneurship telah dilaksanakan dengan lancar dan mendapat respons positif dari peserta. Kegiatan ini diikuti oleh peserta siswa-siswi SMA Negeri 1 Pabuaran yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan dimulai dengan registrasi peserta, kemudian pembukaan oleh MC, pembacaan doa, dilanjutkan dengan sambutan-sambutan, penyampaian materi, sesi tanya jawab dan diakhiri dengan pemberian cendramata dan hadiah bagi peserta yang memberikan apresiasi teraktif.



Gambar 2. Pemberian Cendramata dan Sesi Tanya Jawab

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terlihat dari kehadiran yang baik, perhatian saat penyampaian materi, serta keaktifan dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan sosialisasi, sebagian besar peserta menggunakan media sosial hanya sebagai sarana hiburan, komunikasi, dan mengikuti tren. Pemahaman peserta mengenai penggunaan media sosial secara produktif, literasi keuangan, serta peluang entrepreneurship masih tergolong rendah. Setelah diberikan materi, peserta mulai memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran, promosi usaha, dan peningkatan keterampilan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai penggunaan media sosial yang sehat, pentingnya literasi keuangan, dan peluang entrepreneurship berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi digital dan keuangan perlu terus dilakukan secara berkelanjutan agar masyarakat mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa pemanfaatan media sosial secara bijak dalam mendukung literasi keuangan serta membangun entrepreneurship memberikan pengaruh positif yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan oleh Nugroho, M. R. P., Haerunisa, H., Izati, M. P., Ramadhanty, S., & Firmansyah, B. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial, khususnya platform video pendek, efektif digunakan sebagai sarana pembelajaran literasi keuangan kepada masyarakat. Konten digital yang menarik dan mudah dipahami mampu meningkatkan pengetahuan keuangan pengguna.

Selanjutnya, Stepanus Tarigan, G., & Efferin, S. (2026) menunjukkan bahwa literasi keuangan melalui media sosial Instagram berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi media edukasi keuangan yang efektif bagi generasi muda. Penelitian Stepanus Tarigan, G., & Efferin, S. (2026) juga menjelaskan bahwa literasi keuangan dan media sosial berpengaruh terhadap kemampuan Generasi Z dalam mengatur keuangan pribadi. Paparan konten gaya hidup di media sosial mendorong pentingnya kemampuan mengelola keuangan secara bijak.

Selain itu, penelitian Adhiah, Ida, Rahmat, Pupu Saeful, & Suryani, Yeyen. (2024) membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan dan media sosial berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Artinya, semakin baik pemanfaatan media sosial dan pemahaman keuangan, maka semakin tinggi minat seseorang untuk menjadi wirausaha

Penelitian Made Selvia Marchella Magdalena F, & Trimurti, C. P. (2025) menjelaskan bahwa teknologi digital dan media sosial berperan penting dalam meningkatkan pemahaman keuangan Generasi Z.

Penelitian Rizal Ramadhan, Nurleli, & Andhika Anandya (2022) juga menemukan bahwa literasi keuangan dan penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Dengan demikian, hasil berbagai penelitian tersebut menegaskan bahwa penggunaan media sosial secara tepat dapat menjadi sarana strategis dalam meningkatkan literasi keuangan sekaligus menumbuhkan jiwa entrepreneurship di masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai Pemanfaatan Media Sosial Secara Bijak dalam Mendukung Literasi Keuangan serta Membangun Entrepreneurship, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting apabila dimanfaatkan secara tepat, bijak, dan bertanggung jawab. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat menjadi media edukasi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan, seperti pengelolaan keuangan pribadi, kebiasaan menabung, serta kewaspadaan terhadap risiko keuangan digital.

Selain itu, media sosial juga terbukti mampu menjadi sarana yang efektif dalam menumbuhkan jiwa entrepreneurship melalui promosi produk, perluasan jaringan usaha, pembangunan personal branding, dan pembukaan peluang usaha berbasis digital dengan modal yang relatif terjangkau. Kegiatan PKM ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan antusiasme peserta terhadap pentingnya penggunaan media sosial secara produktif.

Dengan demikian, pemanfaatan media sosial secara bijak dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia, kemandirian ekonomi, dan kreativitas masyarakat, khususnya generasi muda. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas serta didukung oleh pelatihan lanjutan agar manfaat yang diperoleh dapat lebih optimal dan berkesinambungan.

REFERENSI

- Adhiah, Ida, Rahmat, Pupu Saeful, & Suryani, Yeyen. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap intensi berwirausaha dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. *Dimensi*, 13(1). <https://journal.umpo.ac.id/index.php/dimensi/article/view/9588>
- Halawa, E., & Lamsah. (2025). Peran Literasi Pajak dalam Menurunkan Tingkat Tunggakan PBB oleh Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 12320–12323. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3692>
- Hootsuite & We Are Social. (2023). *Digital Report Indonesia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Made Selvia Marchella Magdalena F, & Trimurti, C. P. (2025). Peran Teknologi dan Media Sosial terhadap Literasi Keuangan Gen Z. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 7, 103–110. <https://doi.org/10.36002/snts.v7i.3547>
- Nugroho, M. R. P., Haerunisa, H., Izati, M. P., Ramadhanty, S., & Firmansyah, B. (2024). Analisis Pembelajaran Literasi Keuangan Melalui Konten Video: Tinjauan pada Short Video TikTok. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 21(1), 14–19. <https://doi.org/10.21831/jep.v21i1.72851>
- Norhidayah, S., Hady Ningsih, S., & Rizqi, M. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pembelajaran Jenjang Sekolah Menengah: Tinjauan Literatur Tahun 2020–2025. *Jurnal Staika: Jurnal Penelitian Dan Pendidikan*, 8(2), 145–163. <https://doi.org/10.62750/bgwjdt56>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*. Jakarta: OJK.
- Rizal Ramadhan, Nurleli, & Andhika Anandya. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 107–114. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1279>
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2022). Analisa pengaruh literasi keuangan melalui media sosial instagram terhadap pengelolaan keuangan generasi-z. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.6030>
- Stepanus Tarigan, G., & Efferin, S. (2026). Implikasi Literasi Keuangan dan Media Sosial terhadap Pengaturan Keuangan Pribadi Gen-Z: Pendekatan Teori Mental Budgeting. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 11(3), 2332–2341. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v11i3.64053>