

PEMBERDAYAAN PEMUDA DALAM DIGITAL MARKETING DAN LITERASI KEUANGAN MENGGUNAKAN MODEL LEARNING, APPLICATING AND MENTORING (LAM)

Endang Irawan Supriyadi¹, Silvy Sondari Gadzali², Tazkia salsabila ardan³

¹Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang, Subang, Indonesia

²Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Subang, Subang, Indonesia

³Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Subang, Subang, Indonesia

*e-mail korespondensi: endangirawan.ei@unsub.ac.id

Abstract

Subang Regency, now part of the Rebanda Metropolitan Area, faces major challenges in enhancing youth competitiveness. Therefore, Karang Taruna programs should focus on skills development, economic empowerment, and financial management so that youth are not merely spectators but active participants amid the flow of investments. One of Karang Taruna's economic initiatives is the MSME Bazaar program, yet limitations in financial literacy, digital literacy, and event management often become obstacles. This community service program aims to strengthen youth capacity through training in financial literacy, digital literacy, and event management using applications such as Money Lover, BukuWarung, Canva, and CapCut. The training was designed using the Learning, Applying, and Mentoring (LAM) model. The results indicate a significant improvement in participants' understanding of financial literacy, digital literacy, and event management. As a follow-up, it is recommended to implement the "MSMEs Upgrading" program in collaboration with relevant government agencies to ensure sustainability.

Keywords: *Financial Literacy; Digital Literacy; Youth Empowerment; the Learning, Applying and Mentoring model*

Abstrak

Kabupaten Subang yang kini menjadi bagian dari Kawasan Rebanda Metropolitan menghadapi tantangan besar dalam peningkatan daya saing pemuda. Oleh karena itu, program Karang Taruna perlu difokuskan pada pengembangan keterampilan, pemberdayaan ekonomi, dan pengelolaan keuangan agar pemuda tidak hanya menjadi penonton, tetapi mampu berpartisipasi aktif di tengah arus investasi. Salah satu kegiatan ekonomi Karang Taruna adalah program Bazar UMKM, namun keterbatasan literasi keuangan, literasi digital, dan kemampuan pengelolaan event sering menjadi hambatan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemuda melalui pelatihan literasi keuangan, literasi digital, serta manajemen event dengan memanfaatkan aplikasi Money Lover, BukuWarung, Canva, dan CapCut. Pelatihan dirancang menggunakan model Learning, Applying, and Mentoring (LAM). Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait literasi keuangan, literasi digital, dan pengelolaan event. Sebagai tindak lanjut, disarankan pelaksanaan program UMKM Naik Kelas bekerja sama dengan dinas terkait untuk mendukung keberlanjutan program

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Literasi Digital; Pemberdayaan Pemuda; Model Learning Applying and Mentoring

Accepted: 2025-10-04

Published: 2025-10-22

PENDAHULUAN

Karang Taruna merupakan organisasi kepemudaan yang berperan sebagai wadah pengembangan generasi muda dalam bidang sosial, ekonomi dan budaya di lingkungan masyarakat (Lainsamputty et al., 2019). Tujuan dari Karang Taruna secara umum adalah meningkatkan kesejahteraan sosial melalui berbagai kegiatan positif, seperti pelatihan keterampilan, pemberdayaan ekonomi, serta kegiatan sosial dan keagamaan (Ardiansyah et al., 2021). Karang Taruna berfungsi sebagai sarana bagi pemuda untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan daerahnya, membangun solidaritas sosial, serta menanamkan nilai-nilai kepedulian terhadap sesama (Rahman et al., 2024) ditengah kondisi lingkungan yang penuh dengan

perubahan yang sangat cepat (disrupsi) (Supriyadi et al., 2024) dan kondisi pertumbuhan ekonomi yang semakin terasa mempengaruhi terhadap kehidupan masyarakat (Simangunsong et al., 2023).

Kabupaten Subang saat ini dalam proses mempersiapkan diri menyambut pertumbuhan ekonomi baru di Jawa Barat yaitu Kawasan Rebana Metropolitan yang mencakup Kabupaten Subang, Sumedang, Indramayu, Majalengka, Kabupaten dan Kota Cirebon serta Kuningan (Widagdo et al., 2023). Persiapan menghadapi Kawasan Rebana Metropolitan harus dilakukan dalam berbagai bidang termasuk Sumber Daya Manusia (SDM). Perhatian terhadap SDM untuk tahun 2030 harus dimulai dari pemuda terutama yang berusia 16-30 tahun (Singgih, 2022), termasuk pemuda Karang Taruna RW 15. Karang Taruna harus melakukan kegiatan yang dapat menjadikan anggotanya siap menghadapi era disrupsi di kawasan rebana metropolitan dengan para investor besar. Program kegiatan yang diciptakan tentu harus menjadikan mereka memiliki positioning yang baik dalam kegiatan dan kemampuan ekonomi, bukan sebaliknya hanya sebagai penonton saja dan tidak memiliki kemampuan terutama dalam pengelolaan keuangan.

Karang Taruna RW 15 Kelurahan Pasirkareumbi yang berlokasi tidak jauh dari Universitas Subang memiliki anggota sebanyak 25 orang dengan pengurus inti sebanyak 13 orang. Sementara itu, jumlah penduduk RW 15 kurang lebih sebanyak 1500 orang dapat menjadi sasaran program peningkatan kesejahteraan masyarakat. Karang Taruna RW 15 memiliki program kerja yang melibatkan masyarakat RW 15 berupa bazar mingguan yang menjual berbagai produk usaha rumahan masyarakat RW 15. Dalam kegiatan tersebut, Karang Taruna mempersiapkan tempat, tenda, dan meja bagi masyarakat yang memiliki produk usaha. Sementara itu, bentuk promosi kegiatan bazar yang dilaksanakan Karang Taruna masih mengandalkan pemberian informasi secara berkeliling menggunakan speaker aktif dan kendaraan bermotor untuk mengundang seluruh masyarakat datang dan membeli produk.



Gambar 1. Panen sayur hidroponik

Karang Taruna RW 15 telah memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi belum optimal. Karang Taruna masih belum memiliki keterampilan dalam pengelolaan keuangan, sehingga tidak ada edukasi kepada masyarakat peserta bazar dalam menyusun HPP dan omset. Hal ini akan menyebabkan pertumbuhan penjualan produk masyarakat cenderung stagnan. Karang Taruna juga belum memiliki keterampilan yang baik dalam pembuatan konten promosi digital yang mampu memperluas jangkauan promosi bazar RW 15, sehingga pengunjung yang datang hanya berasal dari masyarakat sekitar RW 15 saja. Hal ini akan berimbas pada laba/ rugi yang diperoleh peserta bazar, semakin banyak pengunjung akan memberikan laba yang cukup tinggi, sebaliknya semakin sedikit pengunjung akan menyebabkan kerugian. Untuk

mengantisipasi hal tersebut, maka tim pelaksana akan memberikan pelatihan pengelolaan keuangan dan strategi Digital Marketing melalui pembuatan konten promosi produk masyarakat. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan literasi keuangan dan literasi digital Karang Taruna RW 15. Dengan demikian, ke depan Karang Taruna RW 15 dapat menjadi motor penggerak pembangunan masyarakat RW 15. Kemajuan suatu negara di masa yang akan datang dapat diprediksi melalui sejauhmana literasi dasar yang dimiliki saat ini (Delima et al., 2022).



Gambar 2. Budidaya ikan nila secara tradisional

Permasalahan yang dihadapi oleh Karang Taruna RW 15 adalah belum memiliki keterampilan dalam mengelola organisasi secara optimal terutama implementasi program kerja yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat RW 15. Secara rinci, permasalahan yang dihadapi mitra diuraikan sebagai berikut:

1. Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam mengelola keuangan untuk pengembangan usaha kecil. Hal ini akan berdampak pada omset bazar yang diselenggarakan akan sulit berkembang.
2. Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam membuat konten promosi digital sehingga kegiatan bazar belum menggunakan strategi *digital marketing*. Dampaknya jangkauan penjualan produk masih terbatas pada masyarakat sekitar RW 15.
3. Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam mengelola organisasi terutama yang berkaitan dengan program peningkatan kesejahteraan masyarakat RW 15. Program bazar yang saat ini telah dirintis oleh Karang Taruna RW 15 telah memberikan kesempatan masyarakat RW 15 untuk meningkatkan kesejahterannya, tetapi Karang Taruna belum memiliki bidang khusus yang bertanggung jawab penuh pada kegiatan ini, sehingga jaminan keberlanjutan program masih belum ada.
4. Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam mengurus legalitas produk yang dijual dalam bazar, sehingga tingkat kepercayaan calon pembeli pada kualitas produk masih kurang.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka prioritas permasalahan yang telah disepakati antara Pengusul dengan mitra untuk diselesaikan dalam kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Aspek Sosial Kemasyarakatan
 - a. Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam mengelola keuangan untuk pengembangan usaha kecil. Hal ini akan berdampak pada omset bazar yang diselenggarakan akan sulit berkembang.

- b. Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam membuat konten promosi digital sehingga kegiatan bazar belum menggunakan strategi *digital marketing*. Dampaknya jangkauan penjualan produk masih terbatas pada masyarakat sekitar RW 15
2. Aspek Manajemen: Karang Taruna belum memiliki keterampilan dalam mengelola organisasi terutama yang berkaitan dengan program peningkatan kesejahteraan masyarakat RW 15. Program bazar yang saat ini telah dirintis oleh Karang Taruna RW 15 telah memberikan kesempatan masyarakat RW 15 untuk meningkatkan kesejahteraaannya, tetapi Karang Taruna belum memiliki bidang khusus yang bertanggung jawab penuh pada kegiatan ini, sehingga jaminan keberlanjutan program masih belum ada.

Program pengabdian ini akan memberikan keterampilan kepada Karang Taruna dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat RW 15 melalui program bazar. Hal ini akan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat RW 15 yang memperoleh penghasilan tambahan pada saat bazar mingguan dilaksanakan. Manfaat yang akan dirasakan oleh masyarakat adalah memotivasi masyarakat untuk membuat produk usaha dan memasarkannya pada saat bazar. Selain itu, kegiatan ini menjadi sarana silaturahmi antar warga RW 15 dengan warga sekitar. Harapannya karang taruna akan menjadi agen perubahan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rahman et al., 2024) (9)

METODE

Untuk mencapai tujuan maka dilakukan pelatihan Literasi Keuangan, Literasi Digital, pengelolaan kegiatan/ event dengan pelatihan model *Learning, applying, and mentoring* (LAM). Pelatihan Model LAM dilaksanakan tiga tahap, yaitu;

1. Tahap *Learning*, pada tahap ini dilaksanakan pelatihan tentang Literasi Keuangan dengan aplikasi Money Lover dan BukuWarung. Literasi Digital dengan aplikasi Canva dan Capcut. Aplikasi keuangan merupakan perangkat aplikasi yang dapat dioperasikan melalui smartphone berguna untuk melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan (Fitriani, 2021) (10), dapat digunakan untuk mengelola keuangan (Soge et al., 2024) (11). Money Lover adalah aplikasi berbasis mobile yang memungkinkan pengguna untuk mengatur keuangan dengan baik (Salam et al., 2023) (12). Selanjutnya Buku Warung, merupakan aplikasi pembukuan untuk usaha menengah (UMKM) untuk mencatat transaksi keuangan harian (Sholihah et al., 2022) (13). Aplikasi keuangan yang diberikan memberikan manfaat kepada mitra dalam mengelola keuangan, terutama mampu meningkatkan pengetahuan investasi pemuda karang taruna sebagai bekal di masa dating (Astirin & Yusuf, n.d.) (14). Sementara Digital marketing adalah strategi pemasaran menggunakan media digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk kepada masyarakat (Indrapura & Fadli, 2023) (15). Aplikasi Canva dapat menjadi alat bantu desain dan publikasi online (Dewi et al., n.d.) (16). Sementara Capcut merupakan aplikasi edit video di software android maupun ios (Rizka & arsofiyati, 2024) (17). Kedua aplikasi yang akan diberikan sangat membantu mitra terutama dalam membuat konten produk sehingga dapat membantu pemuda dan masyarakat untuk promosi produk sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Saputra et al., 2025) (18)
2. Tahap *Applying*. Pada tahap ini dilakukan Kegiatan penerapan teknologi yang dilaksanakan adalah penerapan aplikasi money lover, bukuwarung, canva, dan capcut kepada karang taruna. Penataan fasilitas Pojok Produksi Konten”.
3. Tahap *Mentoring*. Pada tahap ini dilakukan pendampingan penggunaan aplikasi .Money Lover, BukuWarung, Canva dan Capcut. Selain itu karang taruna didampingi dalam perencanaan pelaksanaan kegiatan Bazar yang akan datang

Tabel 1. Pelatihan yang diberikan

Tahap Pelatihan	Lama Pelatihan
<i>Learning</i>	
a. Penggunaan aplikasi Money Lover	3 JP
b. Penggunaan aplikasi BukuWarung	3 JP
c. Penggunaan aplikasi Canva	3 JP
d. Penggunaan aplikasi Capcut	3 JP
e. Cerdas Finansial	3 JP
f. Penyusunan Program Kegiatan	3.JP
<i>Applicating</i>	10 JP
<i>Mentoring</i>	10 JP
Total	38 JP
*1 Jam Pelatihan (JP) = 45 menit	

Sebelum pelatihan dimulai, Karang Taruna terlebih dahulu mengikuti pretest untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal terkait materi. Setelah pelatihan selesai, peserta kemudian menjalani posttest guna menilai pemahaman yang diperoleh.

Tabel 2. Instrumen Pelatihan

Variabel	Instrumen
Literasi Keuangan	a. Saya memahami mengenai literasi keuangan b. Saya terampil mengelola keuangan pribadi c. Saya terampil mengelola keuangan usaha d. Saya terampil menggunakan aplikasi keuangan e. Saya terampil menggunakan aplikasi Money Lover f. Saya terampil menggunakan aplikasi BukuWarungn
Literasi Digital	a. Saya memahami tentang digital marketing b. Saya terampil mendesain flyer kegiatan menggunakan aplikasi c. Saya terampil membuat video kegiatan menggunakan aplikasi d. Saya terampil membuat caption yang cocok untuk desain flyer e. Saya terampil menggunakan aplikasi Canva f. Saya terampil menggunakan aplikasi Capcut
Penyusunan Program kegiatan (Bazar) yang efektif	a. Saya memahami tentang bagaimana melaksanakan event b. Saya memahami tahapan mengelola event c. Saya memahami kunci keberhasilan event d. Syarat dalam membangun konsep event e. Saya memahami unsur penting dalam membuat event

Bahan yang digunakan dalam pelatihan ini adalah Aplikasi Money Lover, BukuWarung, Canva, Capcut dan Pojok Produksi Konten untuk membuat konten produk sebagai implementasi digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini dilaksanakan melalui kolaborasi antara Universitas Subang dan Karang Taruna RW 15 Kelurahan Pasirkareumbi dengan menggunakan model Learning, Applicating, and Mentoring (LAM). Peserta pelatihan berjumlah 25 orang yang merupakan anggota

Karang Taruna. Sebelum kegiatan dimulai, tim pelaksana bersama mitra melakukan identifikasi dan analisis terhadap permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan hasil analisis tersebut, disusunlah rencana program serta instrumen pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan.

Tahap Sosialisasi

Tahapan pelaksanaan dimulai dengan kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan tanggal 31 Agustus 2025 sebagai upaya memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai tujuan dan manfaat program sehingga dengan sosialisasi mitra menjadi mengetahui dan paham dengan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Tahap sosialisasi ini tidak hanya bersifat penyampaian informasi, tetapi juga diisi dengan diskusi interaktif untuk menjangar masukan dari pengurus maupun anggota Karang Taruna. Beberapa saran dan kebutuhan yang disampaikan mitra sangat membantu tim pelaksana dalam menyesuaikan rancangan program. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa Karang Taruna menyambut baik kegiatan pengabdian ini serta berkomitmen untuk berpartisipasi aktif. Dengan adanya komunikasi dua arah yang terbangun, diharapkan sinergi antara tim pelaksana dan mitra dapat mendukung keberhasilan program secara optimal.

Hasil diskusi berkenaan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan, mitra berkomitmen akan berpartisipasi aktif hanya untuk waktu agar dapat menyesuaikan, karena mayoritas anggota karang taruna memiliki kegiatan seperti sekolah, kuliah dan bekerja.



Gambar 3. Sosialisasi Program

Selanjutnya, kegiatan inti berupa pelatihan dilaksanakan dengan menerapkan model *Learning, Applying, and Mentoring* (LAM). Model ini dipilih untuk memastikan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang dipelajari serta mendapatkan pendampingan dalam penerapannya.

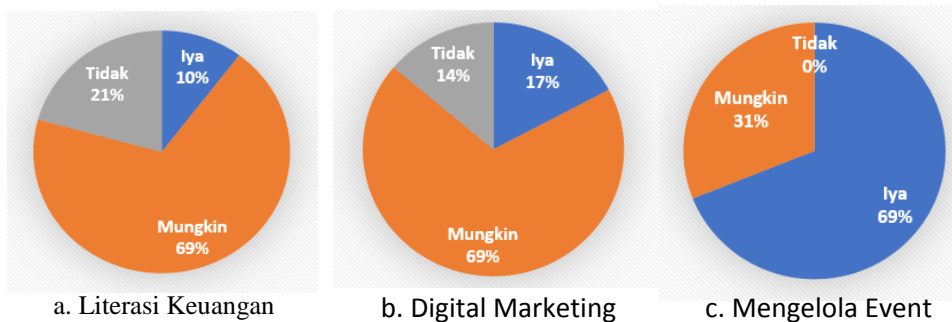
Tahap Learning.

Kegiatan Tahap pelatihan dilaksanakan pada tanggal 6 s.d 7 September 2025. Diikuti oleh para pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna RW 15 dan perwakilan UMKM sekitar.



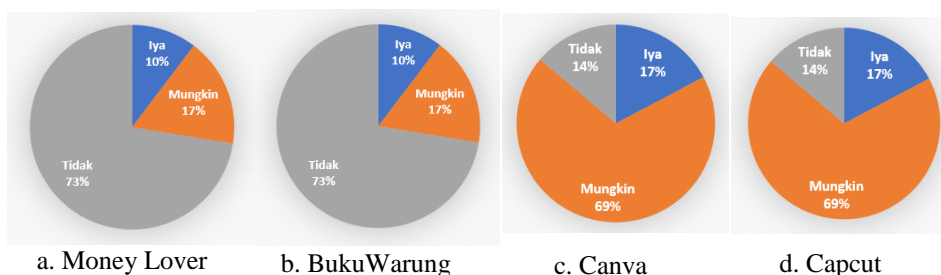
Gambar 4. Tim Memberikan pelatihan

Untuk mengukur pengetahuan dan kemampuan peserta, sebelum pelatihan, peserta diberikan pretes. Pretes diberikan untuk mengukur kondisi awal peserta mengenai literasi keuangan, digital marketing dan penyusunan program bazar yang efektif.



Gambar 5. Persentase Pengetahuan awal Peserta tentang Literasi keuangan, digital marketing dan mengelola event

Berdasarkan gambar 6, mayoritas peserta sudah mengetahui mengenai literasi keuangan dan digital marketing walaupun masih ragu karena yang menjawab iya hanya 10% untuk literasi keuangan, 17% untuk digital marketing sementara yang menjawab mungkin sebanyak 69% dan yang menjawab tidak tahu sebanyak 12% untuk literasi keuangan, 10% untuk digital marketing. Sementara untuk pengetahuan mengelola event terutama bazar mayoritas menjawab iya sebanyak 69%, artinya mayoritas peserta sudah mengetahui bagaimana mengelola event secara umum.

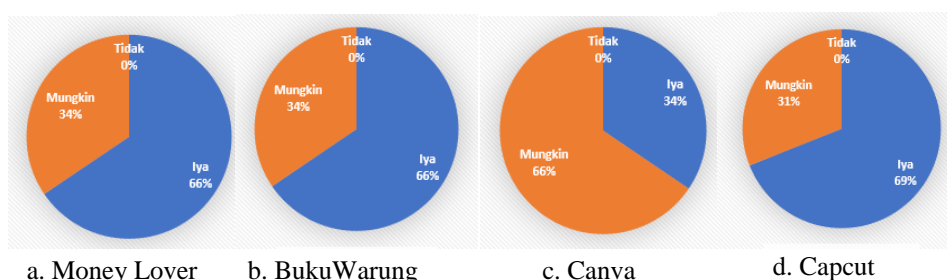


Gambar 6. Persentase Kemampuan Awal Peserta dalam Money Lover, BukuWarung, Canva, Capcut

Kemampuan awal peserta mengenai aplikasi yang akan diberikan pelatihan, dapat dilihat pada gambar 6.a dan 6.b bahwa mayoritas peserta tidak mengetahui dan tidak memiliki kemampuan dalam mengenai aplikasi money lover dan BukuWarung, ditunjukkan dengan 75%

menjawab tidak tahu, 17% menjawab mungkin dan hanya 10% yang menjawab iya. Sementara pada gambar 6.c dan 6d untuk aplikasi Canva dan Capcut, mayoritas peserta sudah mengetahui dan memiliki kemampuan, hal ini dapat dilihat dari 17% menjawab iya, 68% mungkin, yang artinya sudah mengetahui dan memiliki kemampuan dalam memanfaatkan aplikasi canva dan capcut hanya belum mahir sementara hanya 14% yang menjawab tidak.

Setelah dilaksanakan pretes terhadap peserta, selanjutnya dilaksanakan pelatihan menggunakan model *Learning, Applying and Mentoring (LAM)*, pada tahap pertama yaitu *Learning*, peserta diberikan pelatihan mengenai literasi keuangan melalui aplikasi Money Lover dan BukuWarung sementara digital marketing melalui aplikasi Canva dan Capcut. Hasil akhir pelatihan ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 7. Persentase kemampuan Akhir Peserta dalam Money Lover, BukuWarung, Canva, Capcut

Persentase jawaban yang dapat dilihat jika dibandingkan antara gambar 7 dan 6 terdapat peningkatan signifikan mengenai kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Pada gambar 7.a dan 7.b dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan kemampuan menggunakan aplikasi Money Lover dan BukuWarung, keduanya meningkat signifikan sebesar 55% sementara untuk kemampuan menggunakan aplikasi Canva dan Capcut dapat dilihat pada gambar 7.c dan 7.d memiliki perbedaan hasil. Untuk kemampuan menggunakan canva terjadi kenaikan walau tidak signifikan yaitu sebesar 17% sementara untuk Capcut terjadi peningkatan kemampuan signifikan yaitu sebesar 52%. Dengan demikian, berdasar pada gambar 6 dan 7 dapat disimpulkan bahwa pelatihan yang diberikan telah memberikan peningkatan pada kemampuan mengenai literasi keuangan dan digital terutama penggunaan aplikasi Money Lover, B BukuWarung, Canva dan Capcut.

Tahap Penerapan Teknologi (*Applicating*)

Tahap ini dilaksanakan pada tanggal 20 s.d 21 September 2025. Tim pelaksana dan mitra melaksanakan penerapan aplikasi money lover, bukuwarung, canva, dan capcut. Selain itu, Tim pelaksana dan mitra melaksanakan penataan Pojok produksi Konten. Penataan fasilitas diatur sehingga Pojok Produksi Konten mampu memaksimalkan produksi konten promosi digital.



Gambar 8. Penerapan

Tahap Pendampingan (*Mentoring*)

Tahap Pendampingan dilaksanakan tanggal 27 s.d 28. Tim Pelaksana melaksanakan pendampingan terhadap mitra untuk mengetahui sejauhmana anggota karang taruna dalam mengelola keuangan pribadi. Pendampingan juga dilakukan kepada mitra dengan diskusi bersama untuk mempersiapkan kegiatan bazar. Sehingga tim bersama mitra mempersiapkan seluruh kebutuhan mulai dari persiapan sampai pelaksanaan.

Pendampingan tahap akhir akan dilaksanakan kepada mitra pada saat melaksanakan bazar UMKM yang akan dilaksanakan tanggal 28 Oktober 2025 bertepatan dengan hari sumpah pemuda. Pendampingan tahap akhir untuk dapat mengetahui keberhasilan penerapan aplikasi bukuwarung dan penyebaran konten promosi digital. Serta keberhasilan perencanaan kegiatan yang efektif terutama bazar.



Gambar 9. Pendampingan mitra

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui kolaborasi Universitas Subang dengan Karang Taruna RW 15 Kelurahan Pasirkareumbi berhasil memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas pemuda. Penerapan model *Learning, Applying, and Mentoring* (LAM) terbukti efektif dalam memberikan pemahaman, keterampilan praktis, serta pendampingan berkelanjutan kepada peserta. Melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, hingga mentoring, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kegiatan nyata yang bermanfaat bagi masyarakat.

Dengan adanya program ini, Karang Taruna RW 15 memiliki bekal untuk lebih aktif dalam mengembangkan kegiatan sosial dan ekonomi di lingkungannya. Kolaborasi antara perguruan tinggi dan organisasi kepemudaan terbukti menjadi strategi yang relevan untuk memberdayakan generasi muda, sekaligus memperkuat peran mereka dalam pembangunan berbasis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Yuliatin, & Zubair, M. (2021). *Peran karang taruna dalam penumbuhkembangan moral generasi muda*. 8(1), 54–65. <https://juridiksiam.unram.ac.id/index.php/juridiksiam>
- Astirin, O. P., & Yusuf, M. A. (n.d.). *Literasi Keuangan Kepada Pemuda Karang Taruna Rw 12 Plesungan, Gondangrejo, Karanganyar Sebagai Langkah Peningkatan Pengetahuan Investasi Masyarakat*.
- Delima, N., Kurniasih, I., Tohari, Hutneriana, R., Amalia, F. N., & Arumanegara, E. (2022). *PISA DAN AKM Literasi Matematika dan Kompetensi Numerasi* (N. Delima, Ed.). <https://www.researchgate.net/publication/361052141>
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (n.d.). *Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital Using Canva as a Creative and Inovative Promotion Media in the Digital Era*.
- Fitriani, Y. (2021). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Online Sebagai Media Untuk Mengelola Atau Memanajemen Keuangan. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(2), 454. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2.432>
- Inrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis strategi digital marketing di perusahaan cipta grafika. *Jurnal economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Singgih, J. A. (2022). Peran Pengusaha Muda Dalam Mendorong Perekonomian Indonesia Guna Meningkatkan Pembangunan Nasional. *Jurnal Lemhannas RI*, 8(3), 110–121. <https://doi.org/10.55960/jlri.v8i3.336>
- Lainsamputty, , Gerald B, Lumintang, J., & Kawung, E. J. R. (2019). kajian pemuda karang taruna dalam meningkatkan pembangunan masyarakat di desa soakonora kecamatan jailolo kabupaten halmahera barat. *holistik*, 12(2), 1–20.
- Rahman, A., Islamia, S., Taufiqurrahman, M., Wahyuni, S., Suciati, E., & Kamaliah, N. (2024). Peran dan Esensi Karang Taruna dalam Pengembangan Masyarakat di Desa Jangur. *Profetik*, 2(2), 23–35. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i2.14899>
- Rizka, C., & arsofiyati. (2024). *Pengaruh Penggunaan Capcut Dalam Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa*. 7. <https://doi.org/10.9644/sindoro.v3i9.252>
- Salam, S., Indrayani, S., Khaliq, A., & Mira, M. (2023). Tatakelola Keuangan Rumah Tangga Islami Menggunakan Aplikasi Money Lover Sebagai Upaya Peningkatan Manajemen Resiko Keuangan Keluarga. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(1), 159. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6694>
- Saputra, R. R., Oksal, E., & Alfanaar, R. (2025). Sosialisasi Standar Kualitas Air Bersih dan Solusi Penanganan Air Asam bagi Warga Perumahan Casadova. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 199–204. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2171>

- Sholihah, R. A., Gunawan, A., Ningtyas, J. D. A., & Zaen, A. S. (2022). Pemanfaatan Aplikasi BukuWarung dalam Pengelolaan Keuangan bagi Nasabah Bank Wakaf Mikro Bahrul Ulum Barokah Sejahtera Jombang. *PADMA*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.56689/padma.v2i2.651>
- Simangunsong, N. A., Wardani, D. A., Reksapramudya, A., Arrahman, M. I., Wulandari, S., & Islam, P. E. (2023). *Peran Pertumbuhan Ekonomi Dalam Menunjang Kesejahteraan Masyarakat*. 4, 1289.
- Soge, D. D., Wijayanti, N., Annisa, N., Sanjaya, R., Surya, J., No, K., & Selatan, K. T. (2024). Financial Apps sebagai Media Edukasi Literasi Manajemen Keuangan. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(4), 7–16. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i3.4128>
- Supriyadi, E. I., Yaceu, P. D., Maulana, I., Brajanata, S. R., & Heriyanti, T. B. V. (2024). Implementasi Konsep Agile Government Melalui Pelayanan Administrasi Terpadu Kelurahan (Patek) Untuk Meningkatkan Public Service DI. *The World of Public Administration Journal*. <https://doi.org/10.37950/wpaj.v5i2.1784>
- Widagdo, R. A., Fithriah, F. F., & Sundana, E. J. (2023). Konsep Pengembangan Kawasan REBANA: Memisahkan Fungsionalitas dan Branding Pengembangan Kawasan. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 175–180. <https://doi.org/10.29313/jrpk.v3i2.3299>