

# Literasi Keuangan Untuk Siswa SMKN 16 Jakarta Pusat

DOI: <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v7i1.3696>

**Didin Hikmah Perkasa<sup>1</sup>, Setiyo Purwanto<sup>2</sup>, Meiliyah Ariani<sup>3</sup>, Nur Vitriani<sup>4</sup>, Ryani Dhyhan Parashakti<sup>5</sup>**

<sup>1,2,5</sup> Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup> Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup> SMKN 16, Jakarta, Indonesia

\*Email Korespondensi : \* [meiliyahariannie@yahoo.co.uk](mailto:meiliyahariannie@yahoo.co.uk),  
[\\*didin.hikmah.perkasa@undira.ac.id](mailto:didin.hikmah.perkasa@undira.ac.id)

---

**Abstract** - *Financial literacy is a combination of awareness, knowledge, skills, attitudes and behavior that a person needs to have to make healthy financial decisions and ultimately achieve individual financial well-being. The aim of writing the article is to provide an overview and insight into the students of SMKN 16 Central Jakarta in financial management and not living a consumerist life. This community service was carried out for students at SMKN 16 Central Jakarta. Female students' knowledge of financial literacy has become a necessity in everyday life, especially since female students are not yet able to generate finances, so it has become a life skill that every individual student needs to have in living life in the long term. A person can be said to be well literate if they have knowledge and confidence about financial institutions, products and services, as well as skills in knowing these financial products and services.*

**Key words:** *financial literacy, financial management behavior, loans and savings, insurance, investment*

**Abstrak** - Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang perlu dimiliki seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu. Tujuan dilakukannya penulisan artikel untuk memberikan gambaran dan wawasan siswa siswi SMKN 16 Jakarta Pusata dalam pengelolaan keuangan serta tidak hidup konsumtif. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada siswa siswi SMKN 16 Jakarta Pusat. Pengetahuan siswa - siswi mengenai literasi keuangan sudah menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari lebih-lebih siswa siswi belum bisa menghasilkan keuangan sehingga menjadi *life skill* yang perlu dimiliki oleh setiap siswa siswi individu dalam menjalani kehidupan dalam jangka panjang. Seseorang dapat dikatakan sebagai well literate apabila memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, serta keterampilan dalam mengetahui produk dan layanan jasa keuangan tersebut

**Kata kunci:** Literasi keuangan, perilaku pengelolaan keuangan, pinjaman dan tabungan, asuransi, investasi

---

## I. PENDAHULUAN

SMKN 16 Jakarta terletak di Jalan Amir Hamzah No. 2 RT 008/04 Pegangsaan, Kecamatan Menteng Jakarta Pusat. Sekolah ini merupakan salah satu sekolah negeri yang ada di pusat kota sehingga mudah di jangkau oleh siswa yang menempuh Pendidikan. SMKN 16 Jakarta merupakan salah satu sekolah kejuruan untuk mendidik siswa agar memiliki keterampilan setelah lulus sekolah. Memiliki Visi menghasilkan lulusan yang berahlak mulia, berkualitas dan berwawasan lingkungan menuju terwujudnya profil pelajar Pancasila. Dalam mendukung lulusan yang siap terap SMKN 16 Jakarta memili beberapa jurusan peminatan antara lain: Desain Komunikasi Visual, Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis, Akuntansi Keuangan dan Lembaga, Bisnis Daring dan Pemsaran.

Dikarenakan letaknya di pusat kota Jakarta maka sangat mudah sekali untuk menjangkau ke sekolah tersebut menggunakan kendaraan umum. Dimana sekolah tidak jauh dari Stasiun Manggarai dan juga di lewati oleh Bus Transjakarta yang memiliki trayek Kuningan-Pulo Gadung. Letak geografis SMKN 16 sebelah Utara melewati Jalan Cikini Raya, sebelah Selatan melewati jalan Saharjo Tebet, sebelah Timur melewati Jalan Salemba Raya dan sebelah Barat melewati Jalan Menteng Pegangsaan Raya. Kondisi Gedung sekolah terdapat gedung utama 4 lantai terdiri atas 45 kelas ruang belajar plus aula dan laboratorium belajar.

Salah satu tugas dosen selain pengajaran yaitu pengabdian dan penelitian yang harus diterapkan dalam suatu rencana ke depan untuk mampu berkontribusi di lingkungan masyarakat sekitar. Dalam Rencana Pengabdian Masyarakat harus berdasarkan Rencana Induk Dosen dan mempunyai Roadmap tersendiri guna adanya keselarasan yang sinergi dan mengetahui akan kebutuhan masyarakat sekitar.

Dalam rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yang menjadi permasalahan adalah kurangnya kesadaran / pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan dan juga literasi dalam bermedia sosial khususnya menghadapi fenomena “ *Crazy rich* “ saat ini dan banyaknya investasi yang tidak jelas legalitasnya. Fenomena “*Crazy rich*” adalah fenomena banyaknya anak muda yang mendadak kaya dengan cara instan. Kekayaan itu didapatkan bukan dari hasil bekerja keras tetapi dengan bermain spekulasi di dunia keuangan yang bersifat maya seperti berinvestasi di dunia digital yang dikenal dengan istilah Trading baik trading valuta asing, *trading bit coin* , *trading binary* dan sebagainya. Bisnis trading ini sangat marak dipromosikan di media sosial untuk menarik peminatnya dengan menonjolkan keuntungan berlipat ganda yang bisa didapatkan. Begitu juga para pemilik usaha trading ini dengan bermacam namanya sering memamerkan kekayaannya yang mereka klaim sebagai properti yang didapatkan dari hasil *trading*.

Fenomena “ *Crazy rich*” ini yang terjadi belakangan ini terjadi tentu berpengaruh pada masyarakat pada umumnya. Situasi pandemi yang mengakibatkan kesulitan ekonomi tentu menggiurkan bagi masyarakat untuk mendapatkan uang secara mudah melalui berbagai bentuk trading ini. Tak terkecuali golongan muda ( generasi milenial ) yang begitu akrab dengan dunia digital. Banyak yang dengan mudah terpengaruh masuk dunia trading tanpa bekal pemahaman tentang dunia *trading* ini, jenis trading apa yang cocok serta resiko apa yang didapatkan. Hanya dengan modal sedikit pengetahuan mereka mempertaruhkan uangnya berharap keuntungan yang berlipat ganda.

Selain itu fenomena “*Crazy rich*” ini memunculkan fenomena *Flexing* (pamer) di media sosial. Banyak pemilik aplikasi *trading* yang memamerkan gaya hidup mewah di media sosial dengan harapan menarik minat netizen untuk ikut serta dalam dunia trading yang dilakukan. Ike Suharjo menyebutkan bahwa cara cara itu dilakukan sebagai strategi marketing (Sindonews.com,2022). Ketika mereka menampilkan gaya hidup mewah, para *followers* akan tertarik dan ingin seperti mereka.

Disini tentu saja sangat diperlukan Literasi keuangan bagi generasi milenial ini agar lebih cerdas. Literasi keuangan adalah rangkaian proses/aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi secara lebih baik. (Otoritas Jasa Keuangan). Literasi keuangan adalah konsep pemahaman mengenai produk dan konsep keuangan dengan bantuan informasi dan saran, kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami resiko keuangan agar dapat membuat keputusan keuangan dengan tepat (Wicaksono,2015).

Empat alasan pentingnya literasi keuangan bagi generasi muda adalah sebagai berikut :

1. Generasi muda sebagai pelaku ekonomi penting. Pada tahun 2022, separuh dari penduduk Indonesia adalah generasi muda ( 145,4 juta jiwa)
2. Tingkat literasi keuangan penduduk usia muda (16 – 18 tahun) masih rendah yaitu sebesar 16 persen.
3. Generasi muda rentan secara finansial, lebih suka menghabiskan uang untuk kesenangan. Generasi muda mudah terpedaya ajakan influencer untuk berinvestasi tanpa mempermasalahkan legalitasnya. (Njaju Jenny Malik, 2022).

Selain literasi keuangan, diperlukan juga literasi media bagi generasi milenial ini. Dalam keseharian remaja bermedia sosial, mereka perlu dibekali pemahaman tentang bagaimana media dikonstruksi. Literasi media didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mendekonstruksi pencitraan media. Literasi media digital diperlukan untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap penipuan *online*, *hoaks*, *cyber bullying* dan konten negatif lainnya.

Masalah kurangnya literasi keuangan dan literasi digital bagi peserta didik PKBM Harapan Bunda ini menjadi perhatian kami Tim Pusat Pengembangan Masyarakat Universitas Dian Nusantara yaitu bagaimana memberikan literasi keuangan kepada peserta didik di PKBM Harapan Bunda khususnya siswa kelas X dan XI. Dari pandangan Ilmu Komunikasi kami mencoba memberikan literasi media khususnya literasi digital. Diharapkan dengan dua pendekatan ini dapat meningkatkan literasi keuangan dari peserta didik sehingga mempunyai kesadaran bahwa kesuksesan dalam keuangan tidak didapatkan secara instan tetapi membutuhkan proses dan perencanaan. Selain itu dengan literasi media digital diharapkan peserta didik mempunyai pemahaman yang kritis terhadap media digital dan tidak menerimanya secara mentah mentah.

Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat SMKN 16 Jakarta Pusat adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman dan wawasan siswa tentang pengelolaan keuangan;
2. Meningkatkan pemahaman dan wawasan siswa tentang strategi strategi pengelolaan keuangan; dan
3. Meningkatkan pemahaman dan wawasan siswa - siswi untuk tidak hidup konsumtif dan menggunakan perencanaan keuangan dengan baik

## **II. METODE PELAKSANAAN**

Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada masyarakat sebagaimana yang telah diuraikan, maka dalam Program Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan beberapa metoda pendekatan yang dapat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada yaitu dengan melakukan Metode pelatihan dan penyuluhan serta bimbingan, sehingga siswa - siswi SMKN 16 Jakarta Pusat dapat memahami bagaimana menambah uang saku dengan pemanfaat teknologi yang dimilikinya. Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan bagaimana siswa/i memahami

strategi pengelolaan keuangan dan tidak hidup konsumtif. Adapun tahapan pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

**a. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini tim pelaksana PKM melakukan koordinasi internal Tim PKM. Selanjutnya melakukan survei lokasi untuk mengkoordinasikan dengan pimpinan SMKN 16 Jakarta Pusat terkait dengan penentuan jadwal pertemuan, tempat dan agenda pertemuan serta pembahasan materi yang nantinya akan di jadikan bahan presentasi pada saat kegiatan PKM berlangsung.

**b. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini tim PKM melakukan penyuluhan kepada siswa – siswi SMKN 16 Jakarta Pusat dengan menyampaikan materi mengenai konsep penggunaan teknologi dan komunikasi yang efektif. Apabila peserta pelatihan tidak jelas dengan materi yang disampaikan oleh narasumber dapat memberikan pertanyaan secara langsung atau tidak harus menunggu sesi tanya jawab. Penggunaan metode presentasi dikombinasikan dengan memanfaatkan laptop untuk menayangkan materi powerpoint yang dilengkapi dengan gambar-gambar, termasuk penayangan video berbisnis dengan media sosial. Pemanfaatan laptop dan penyajian materi power point membantu peserta pelatihan lebih mudah memahami mengingat materi pelatihan relatif banyak dan waktu pelatihan terbatas.

**c. Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu kegiatan yang telah dilakukan. Adapun evaluasi pengabdian masyarakat meliputi:

**Tabel 1.** Tahapan Evaluasi

Kegiatan	Evaluasi
Evaluasi Pelatihan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluasi Peningkatan pengetahuan dan wawasan siswa dalam pemahaman literasi keuangan.</li> <li>2. Evaluasi Peningkatan pengetahuan dan wawasan siswa dalam strategi pengelolaan keuangan</li> <li>3. Evaluasi Peningkatan pengetahuan dan wawasan siswa untuk tidak hidup konsumtif dan melakukan perencanaan dalam pengelolaan keuangan.</li> </ol>

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Beberapa bulan belakangan ini, *tren flexing* marak bersliweran di media sosial. Jika diperhatikan, fenomena tersebut marak sejak jumlah orang-orang superkaya (*crazy rich*) semakin bertambah. Melalui *outfit* maupun habitnya yang identik dengan barang-barang mahal, para *crazy rich* ini mencoba terus eksis melalui medsosnya masing-masing. Mungkin hal tersebut sebagai pembuktian atas pencapaian yang telah mereka raih. Atau mungkin juga sebagai ajang promosi atas barang-barang *branded* tertentu.

Menurut *Head of Research Knight Frank Asia Pacific Christine Li*, ada persyaratan untuk masuk ke dalam kategori *crazy rich* atau *Ultra High Net Worth Individuals* (UHNWIs). Syaratnya yaitu harus memiliki kekayaan lebih dari US\$ 30 juta atau ekuivalen dengan Rp 432 miliar. Jumlah uang yang fantastis, cukup untuk membeli minyak goreng seharga Rp 14 ribu sebanyak 30,8 juta liter.

Melansir Kompas.com, populasi *crazy rich* di Indonesia pada tahun 2020 tercatat sebanyak 1.390 orang. Jumlah ini meningkat sebesar 1 persen selama pandemi tahun 2021 menjadi sebanyak 1.403 orang. Jika saja setengah dari mereka secara rutin memamerkan

kekayaan atau venue-venue tempat liburan di medsos, maka dalam sehari saja sudah terdapat 700 postingan, seminggu 4.900 postingan, dan sebulan 21.000 postingan.

Dengan jumlah *follower* yang banyak dan setia mengamplifikasikan, maka postingan bercorak flexing akan sangat mencolok dan menjadi trending topik di berbagai kanal medsos. Belum lagi media cetak maupun elektronik yang seolah-olah kehabisan berita sehingga mengangkat topik flexing mereka secara rutin. Hal ini karena dikejar target dan tenggat, atau pangsa pasar yang menggiurkan sehingga kanal media umum tersebut rajin memberitakan aktivitas-aktivitas tersebut.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, aktivitas *flexing* menjadi semakin mudah. Jika pada era *Thorstein Veblen*, orang super kaya memamerkan sendok perak dan korsetnya melalui ajang pesta para bangsawan, di era globalisasi ini para “sultan” cukup memamerkan melalui halaman medsosnya masing-masing. Lebih praktis dan amplifikasinya lebih mengglobal tentunya.

### **1. Pengertian Literasi Keuangan**

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan masyarakat terkait finansial agar mampu mengelola dan memanfaatkan keuangan secara maksimal. Dengan adanya literasi keuangan, masyarakat diharapkan memiliki bekal edukasi mumpuni terkait finansial sehingga mampu mengambil sikap dan memilih keputusan keuangan secara bijak. Sedangkan pengertian literasi keuangan menurut OJK yaitu ilmu, keahlian, dan keyakinan yang mempengaruhi tingkah laku manusia sebagai bentuk peningkatan kualitas pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan sehingga tercapainya kesejahteraan hidup.

### **2. Perkembangan Literasi Keuangan Indonesia**

Literasi keuangan adalah aspek yang terus digencarkan pemerintah agar masyarakat Indonesia mampu mempunyai pengetahuan finansial sesuai kebutuhan sehari-hari mereka. Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) oleh OJK, indeks literasi keuangan Indonesia mengalami peningkatan di tahun 2019 sebesar 29,7% dari tahun 2016. Meskipun demikian, OJK tetap berusaha meningkatkan literasi keuangan Indonesia melalui berbagai cara. Beberapa program dicanangkan oleh OJK sebagai bentuk dukungan dan perluasan edukasi finansial. Contohnya, OJK mengembangkan edukasi keuangan secara digital melalui online course, media sosial, dan sejenisnya. OJK juga mengajak *influencer* dan komunitas dalam melakukan *branding* terkait pendidikan keuangan.

### **3. Indikator Literasi Keuangan**

Nah setelah mengetahui pengertian literasi keuangan, lantas sebenarnya bagaimana ukuran sebuah masyarakat dikatakan memiliki edukasi keuangan yang baik? Temukan jawabannya dalam indikator literasi keuangan yang dibuat oleh OJK berikut ini.

#### *a. Well Literate*

Pertama, indikator literasi keuangan adalah *well literate*. Suatu masyarakat dapat disebut sebagai *well literate* jika mempunyai pengetahuan informasi dan keyakinan terhadap produk dan lembaga keuangan, mulai dari fitur, layanan, manfaat, risiko, hak dan kewajiban. Selain itu, masyarakat *well literate* juga punya keterampilan dalam memakai produk dan jasa keuangan.

#### *b. Sufficient Literate*

Ketika masyarakat memiliki pengetahuan dan percaya terkait produk dan lembaga jasa keuangan dari seluruh aspek, tetapi kecakapan atau keahlian dalam menggunakannya masih minim. Situasi demikian masuk dalam kategori *sufficient literate*.

#### *c. Less Literate*

Level berikutnya indikator literasi keuangan adalah *less literate*. Dalam hal ini,

masyarakat hanya mempunyai pengetahuan saja terkait produk dan lembaga jasa finansial, belum memiliki rasa percaya terhadap produk dan jasa keuangan yang tersedia.

d. *Not Literate*

Poin terakhir indikator literasi keuangan adalah *not literate*. Ini merupakan tingkatan literasi keuangan terendah dimana masyarakatnya tidak mempunyai pengetahuan dan kepercayaan terhadap produk dan lembaga keuangan. Sehingga dapat dikatakan sebagai masyarakat tertinggal akan kemajuan zaman.

#### **4. Pentingnya Literasi Keuangan bagi Masyarakat**

Pemerintah berusaha sedemikian rupa dalam meningkatkan literasi keuangan Indonesia, mengingat betapa pentingnya literasi keuangan. Sebenarnya, apa saja pentingnya literasi keuangan bagi masyarakat? Berikut ini informasinya.

a. Lebih Mengetahui Tentang Macam-Macam Produk Keuangan

Pentingnya literasi keuangan pertama yakni masyarakat menjadi lebih mengetahui berbagai macam produk keuangan. Semakin luas pengetahuannya, maka masyarakat akan semakin familiar dan mengenal produk keuangan di pasaran. Setelah mengetahuinya, masyarakat akan mampu menikmati manfaat dari masing-masing layanan finansial.

b. Tahu Cara Memanfaatkan Produk Keuangan untuk Meningkatkan Kesejahteraan

Selanjutnya, pentingnya literasi keuangan adalah masyarakat menjadi tahu cara memanfaatkan dan menggunakan produk keuangan. Setelah mempunyai wawasan cukup terkait produk dan jasa keuangan, masyarakat akan berani mencoba menikmati produk keuangan. Selain itu, mereka akan memilih dan mengkonsumsi produk dan layanan finansial berdasarkan kebutuhan.

c. Peningkatan Taraf Hidup

Apabila masyarakat telah mampu terampil memanfaatkan produk dan layanan keuangan, maka taraf hidup menjadi meningkat. Masyarakat menjadi mengetahui terkait perencanaan dan pengelolaan keuangan secara efisien dan bijak. Mereka akan mengenal investasi dan belajar melihat peluang sebagai pemasukan tambahan.

d. Terhindar dari Penipuan

Poin keempat pentingnya literasi keuangan adalah masyarakat terhindar dari penipuan. Ketika masyarakat mempunyai pengetahuan memadai terkait produk dan layanan keuangan, mereka tidak akan mudah tertipu produk merugikan seperti investasi bodong, skema ponzi, monkey business, dan sebagainya.

e. Distribusi Kekayaan Jadi Lebih Merata

Terakhir, pentingnya literasi keuangan adalah distribusi kekayaan menjadi lebih merata. Pemanfaatan produk dan layanan keuangan mengakibatkan dana dari masyarakat terhimpun dan terdistribusi kembali dalam masyarakat



**Gambar 1.** Kegiatan Edukasi Literasi Siswa/I SMKN 16

#### **IV. KESIMPULAN**

##### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian literasi keuangan untuk siswa memiliki beberapa kesimpulan yang penting, yaitu : (1) Peningkatan Pengetahuan Keuangan: Melalui kegiatan pengabdian literasi keuangan, siswa dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep keuangan, termasuk pengelolaan uang, investasi, tabungan, dan pemahaman tentang risiko keuangan. Kesimpulan ini menunjukkan pentingnya pendidikan keuangan dalam memberdayakan siswa untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik; (2) Pengembangan Keterampilan Praktis: Program literasi keuangan dapat membantu siswa mengembangkan keterampilan praktis dalam mengelola keuangan pribadi mereka, seperti membuat anggaran, menghitung bunga, dan membuat keputusan keuangan yang bijak. Kesimpulan ini menekankan pentingnya penerapan konsep-konsep keuangan dalam kehidupan sehari-hari siswa; (3) Penyadaran Terhadap Pentingnya Perencanaan Keuangan: Siswa yang mengikuti program literasi keuangan kemungkinan akan lebih menyadari pentingnya merencanakan keuangan jangka panjang mereka. Kesimpulan ini menyoroti peran literasi keuangan dalam membantu siswa memahami konsep perencanaan keuangan untuk masa depan mereka; (4) Pengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif: Literasi keuangan dapat memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumtif siswa. Mereka mungkin lebih cenderung membuat keputusan pembelian yang bijak dan menghindari utang yang tidak perlu. Kesimpulan ini mencerminkan peran literasi keuangan dalam membentuk perilaku konsumen yang bertanggung jawab. (5) Kolaborasi Stakeholder: Program literasi keuangan juga dapat menunjukkan pentingnya kolaborasi antara sekolah, pemerintah, institusi keuangan, dan komunitas dalam meningkatkan pemahaman keuangan siswa. Kesimpulan ini menegaskan perlunya dukungan lintas sektor untuk mencapai literasi keuangan yang efektif; (6) Peningkatan

Kesiapan Finansial Masa Depan: Dengan adanya literasi keuangan, siswa diharapkan dapat lebih siap menghadapi tantangan keuangan di masa depan, seperti merencanakan pendidikan tinggi, pembelian rumah, atau persiapan untuk masa pensiun. Kesimpulan ini menekankan peran literasi keuangan dalam mempersiapkan generasi muda untuk keberhasilan finansial jangka panjang.

### Daftar Pustaka

- Akrimi, Y., & Khemakhem, R. (2012). What Drive Consumers to Spread the Word in Social Media? *Journal of Marketing Research & Case Studies*, 2012, 1–14.
- Ike Suharjo. (2022, Agustus). Medsos Jadi Kekuatan Membangun Wisata dan Tingkatkan Perekonomian Masyarakat .*Sindonews.com*.  
<https://nasional.sindonews.com/read/857967/15/medsos-jadi-kekuatan-membangun-wisata-dan-tingkatkan-perekonomian-masyarakat-1660648108>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Maesaroh, S., Lubis, R. R., Husna, L. N., Widyaningsih, R., & Susilawati, R. (2022). Efektivitas Implementasi Manajemen Business Intelligence pada Industri 4.0. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i2.764>
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequenc-. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 187–196.  
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/view/346/282>
- Muhamadong, Firmansyah, H. Y. (2022). Pengelolaan Desa Berbasis Manajemen Modern Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 1(3), 147–168.
- Njaju J. Malik. (2022, Maret). Crazy Rich' Generasi Milenial. *CNN Indonesia*.  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220317205036-92-772859/guru-besar-ui-bicara-fenomena-crazy-rich-generasi-milenial>
- Safura Azizah, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.  
<https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/422/173>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accountthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Wicaksono, E. Divarda, (2015). “Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan di Surabaya”. *FINESTA*. Vol.03, No.01, pp:85-90.  
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-keuangan/article/view/2971/0>
- Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & Mccarty, P. (2012). The use of social media: An exploratory study of usage among digital natives. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 127–136. <https://doi.org/10.1002/pa.1414>.