

## KAMPANYE LITERASI KEUANGAN UNTUK MASYARAKAT EKONOMI RENDAH

Tono Wartono<sup>1</sup>

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama  
e-mail: tono10538@gmail.com

### Abstrak

Kampanye Literasi Keuangan untuk Masyarakat Ekonomi Rendah merupakan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan secara online melalui aplikasi Zoom pada tanggal 16 November 2023. Penelitian ini dipilih karena kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman literasi keuangan di kalangan masyarakat ekonomi rendah. Materi kampanye mencakup dasar-dasar manajemen keuangan, perencanaan anggaran, dan pengelolaan utang. Metode penelitian melibatkan penyusunan materi literasi keuangan, pemilihan narasumber ahli, pendaftaran peserta secara online, dan pelaksanaan sesi kampanye melalui Zoom. Hasilnya mencakup peningkatan pengetahuan peserta, keterlibatan aktif dalam diskusi, dan penerapan prinsip-prinsip literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Dampak jangka panjang yang diharapkan termasuk penurunan tingkat utang dan peningkatan stabilitas finansial masyarakat. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa kampanye literasi keuangan secara online dapat efektif meningkatkan pemahaman finansial masyarakat ekonomi rendah. Sebagai saran untuk penelitian lebih lanjut, disarankan untuk melakukan evaluasi jangka panjang, mendalami aspek partisipasi online, dan menyesuaikan materi berdasarkan karakteristik kelompok sasaran. Terima kasih kepada pihak pendukung finansial yang telah memungkinkan kesuksesan kegiatan ini.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Masyarakat Ekonomi Rendah, Kampanye Online, Zoom.

### Abstract

The Financial Literacy Campaign for Low-Income Communities is a community service project conducted online via the Zoom application on November 16, 2023. This initiative was chosen due to the urgent need to enhance financial literacy among low-income communities. The campaign materials encompassed the fundamentals of financial management, budget planning, and debt management. The research method involved the preparation of financial literacy materials, selection of expert speakers, online participant registration, and the execution of the campaign sessions via Zoom. The outcomes included an increase in participants' knowledge, active engagement in discussions, and the practical application of financial literacy principles in their daily lives. The anticipated long-term impact includes a reduction in debt levels and an improvement in the financial stability of the community. The conclusion drawn from this activity indicates that online financial literacy campaigns can effectively enhance financial understanding among low-income communities. As a suggestion for further research, it is recommended to conduct long-term evaluations, delve deeper into online participation aspects, and tailor materials based on the characteristics of the target groups. Special thanks to the financial supporters who contributed to the success of this initiative.

**Keywords:** Financial Literacy, Low-Income Communities, Online Campaign, Zoom.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah mengubah lanskap kehidupan sehari-hari, memicu pergeseran besar dalam cara kita berinteraksi dengan finansial (Dianto, Hendratri, Zakariya, & Udin, 2023). Dalam konteks ini, literasi keuangan muncul sebagai elemen kunci yang semakin penting untuk diterapkan oleh semua lapisan masyarakat. Meskipun demikian, terdapat suatu ironi yang menghinggapi masyarakat ekonomi rendah, di mana pemahaman mengenai manajemen keuangan masih menjadi tantangan yang signifikan (Supriadi, Muhammadiyah, & Madjid, 2023). Perluasan kesadaran akan esensialnya literasi keuangan menjadi tidak hanya sebuah keharusan, melainkan suatu fondasi yang tak tergantikan bagi kemajuan ekonomi individu dan perkembangan masyarakat secara keseluruhan. Adalah fakta yang memprihatinkan bahwa kesenjangan literasi keuangan masih menganga lebar di tengah masyarakat ekonomi rendah. Seiring dengan aksesibilitas teknologi yang semakin merata, peluang untuk menyampaikan pengetahuan mengenai manajemen keuangan seharusnya semakin mudah dijangkau oleh semua kalangan (Ratnawati & Madjid, 2023). Namun, realitas yang berbeda tergambar ketika melihat kondisi sehari-hari. Upaya perlu dilakukan untuk

memahami masyarakat terhadap urgensi literasi keuangan sebagai jalan untuk mengatasi ketidaksetaraan ekonomi dan meraih kesejahteraan bersama (Tohawi, Iswanto, Subekan, Dianto, & Hendratri, 2023).

Kesadaran akan literasi keuangan bukan hanya sekadar wacana kosong; sebaliknya, merupakan pilar utama yang dapat mengubah paradigma ekonomi masyarakat secara fundamental. Kemampuan mengelola keuangan tidak hanya memberikan keunggulan individu dalam menghadapi tantangan finansial, tetapi juga berpotensi menjadi katalisator perubahan sosial yang merata. Dengan merinci konsep literasi keuangan ke dalam pola pikir dan perilaku sehari-hari, kita dapat membuka pintu menuju masyarakat yang lebih tangguh dan berdaya saing di era globalisasi ini (Borong, Muhammadiyah, & Bakri, 2023). Dengan mengingat bahwa literasi keuangan tidak hanya memengaruhi individu, tetapi juga memiliki dampak yang meluas ke seluruh masyarakat, langkah-langkah konkret perlu diambil untuk merombak sistem pendidikan dan penyuluhan keuangan. Pembentukan literasi keuangan seharusnya bukan hanya menjadi tugas lembaga keuangan atau pemerintah, melainkan tanggung jawab bersama untuk menciptakan budaya keuangan yang inklusif dan berkelanjutan. Hanya dengan merangkul literasi keuangan sebagai bagian integral dari pola pikir kolektif, kita dapat mengukir masa depan di mana setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk mengelola keuangannya dengan bijaksana, mewujudkan kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan, dan mengurangi kesenjangan finansial di seluruh masyarakat (Iswanto, Subekan, SaDiyah, Mastur, & Tohawi, 2023).

Masyarakat ekonomi rendah, yang sering kali menghadapi tantangan finansial yang signifikan, menjadi sorotan utama dalam upaya meningkatkan literasi keuangan. Mereka cenderung rentan terhadap berbagai masalah keuangan, termasuk namun tidak terbatas pada utang berlebihan, kesulitan untuk menabung, dan kurangnya pemahaman terhadap instrumen keuangan yang dapat membantu meningkatkan stabilitas finansial mereka. Fenomena ini memunculkan kebutuhan mendesak untuk mengarahkan kampanye literasi keuangan secara khusus kepada kelompok ini, dengan tujuan utama memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (Azurah, 2023). Dalam melibatkan masyarakat ekonomi rendah dalam kampanye literasi keuangan, langkah-langkah konkret perlu diambil untuk memahami tantangan unik yang mereka hadapi. Faktor-faktor seperti pendapatan yang terbatas, aksesibilitas terhadap layanan keuangan, dan tingkat pendidikan yang bervariasi menjadi pertimbangan penting dalam merancang pendekatan yang sesuai (Halawa & Rukiyanto, 2023). Kampanye ini harus mampu menembus lapisan masyarakat, menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami, dan memberikan solusi praktis yang dapat diimplementasikan dengan mudah oleh individu dengan berbagai tingkat pemahaman keuangan (Hendratri, Dianto, Zakariya, & Udin, 2023).

Selain itu, pentingnya kampanye literasi keuangan ini tidak hanya terletak pada memberikan informasi tentang cara mengelola keuangan. Lebih jauh, kampanye ini dapat menjadi sarana untuk membangun kepercayaan diri dan motivasi dalam masyarakat ekonomi rendah untuk mengambil langkah-langkah proaktif terkait keuangan pribadi mereka (Azurah, 2023). Pemberdayaan melalui peningkatan literasi keuangan dapat membuka pintu menuju kemandirian finansial, mengubah pandangan terhadap keuangan dari sekadar beban menjadi peluang untuk pertumbuhan dan stabilitas (Rukiyanto & Amatnua, 2023). Dalam jangka panjang, kesuksesan kampanye literasi keuangan ini dapat diukur dari peningkatan kemampuan masyarakat ekonomi rendah untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas, mengelola risiko, dan membangun portofolio keuangan yang sesuai dengan tujuan mereka. Dengan demikian, melalui pendekatan yang berfokus dan berkelanjutan, literasi keuangan dapat menjadi alat efektif untuk mengatasi ketidaksetaraan ekonomi dan menciptakan fondasi yang lebih kuat untuk kesejahteraan finansial secara keseluruhan (Tohawi, Iswanto, Subekan, SaDiyah, & Mastur, 2023).

Melalui pelaksanaan kegiatan ini secara online melalui aplikasi Zoom, diharapkan dapat memfasilitasi partisipasi masyarakat ekonomi rendah tanpa terkendala geografis atau fisik. Dengan melibatkan sekitar 28 peserta, kegiatan ini dirancang agar bersifat interaktif dan dapat memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman serta mengajukan pertanyaan terkait literasi keuangan yang mereka butuhkan. Dalam konteks ini, peran teknologi menjadi kunci untuk menyebarkan informasi secara efisien dan merata, memastikan bahwa literasi keuangan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Dengan demikian, kegiatan kampanye literasi keuangan ini bukan hanya

merupakan langkah menuju peningkatan kapasitas individu, tetapi juga kontribusi nyata dalam membangun fondasi ekonomi yang lebih kuat dan berkelanjutan dalam masyarakat ekonomi rendah.

## METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan "Kampanye Literasi Keuangan untuk Masyarakat Ekonomi Rendah" pada tanggal 16 November 2023 melalui aplikasi Zoom terdiri dari beberapa tahap yang terperinci dan jelas:

1. Penyusunan Materi Literasi Keuangan: Pertama, tim penyelenggara melakukan riset menyeluruh untuk menyusun materi literasi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat ekonomi rendah. Materi tersebut mencakup dasar-dasar manajemen keuangan, pentingnya menabung, pengelolaan utang, dan pemahaman dasar tentang instrumen keuangan.
2. Pemilihan Narasumber Ahli: Menentukan narasumber ahli di bidang literasi keuangan yang dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan dapat diakses oleh berbagai tingkat pemahaman. Narasumber ini harus memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan peserta secara online dan merespons pertanyaan serta diskusi.
3. Pendaftaran Peserta: Membuka pendaftaran secara online untuk memudahkan peserta mendaftar dan mendapatkan akses ke sesi kampanye. Informasi yang dibutuhkan meliputi nama, alamat email, dan informasi kontak lainnya.
4. Sesi Kampanye Literasi Keuangan: Sesi kampanye dilakukan melalui platform Zoom pada tanggal yang telah ditentukan. Narasumber menyampaikan materi secara terstruktur dan interaktif, dengan memanfaatkan fitur-fitur Zoom seperti polling, chat, dan ruang diskusi kecil untuk meningkatkan keterlibatan peserta.
5. Tanya Jawab dan Diskusi: Setelah penyampaian materi, dilakukan sesi tanya jawab dan diskusi agar peserta dapat berbagi pengalaman, mengajukan pertanyaan, dan mendiskusikan isu-isu spesifik yang mereka hadapi. Ini menciptakan lingkungan belajar yang kolaboratif dan mendalam.
6. Distribusi Materi Pendukung: Setelah kegiatan, materi pendukung seperti rekaman sesi, handout, dan sumber daya literasi keuangan lainnya didistribusikan kepada peserta melalui email atau platform online lainnya. Hal ini memungkinkan peserta untuk kembali merenungkan materi dan memperdalam pemahaman mereka.
7. Evaluasi dan Umpan Balik: Dilakukan evaluasi terhadap kegiatan, baik dari sisi penyelenggara maupun peserta. Umpan balik ini digunakan untuk meningkatkan kualitas kegiatan di masa mendatang dan memastikan bahwa kebutuhan peserta terpenuhi dengan baik.
8. Follow-up: Setelah kegiatan, dilakukan tindak lanjut melalui surel atau platform lainnya untuk memastikan bahwa peserta memiliki kesempatan untuk memberikan umpan balik lebih lanjut, serta untuk memberikan informasi tambahan atau dukungan jika diperlukan.

Dengan mengikuti metode ini, diharapkan kegiatan kampanye literasi keuangan dapat memberikan dampak positif dan memberdayakan masyarakat ekonomi rendah dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan "Kampanye Literasi Keuangan untuk Masyarakat Ekonomi Rendah" yang dilaksanakan secara online pada tanggal 16 November 2023 melalui aplikasi Zoom adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan Literasi Keuangan: Peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi keuangan. Materi-materi yang disampaikan oleh narasumber ahli berhasil memberikan wawasan baru terkait manajemen keuangan, perencanaan anggaran, serta cara efektif menangani utang.
2. Keterlibatan dan Interaksi Peserta: Sesi kampanye yang diadakan secara online melalui Zoom berhasil menciptakan lingkungan interaktif. Peserta aktif berpartisipasi dalam sesi tanya jawab dan diskusi, mengungkapkan pemikiran mereka, berbagi pengalaman, dan saling memberikan dukungan.
3. Penerapan Prinsip-Prinsip Literasi Keuangan: Peserta diberikan wawasan praktis dan solusi konkret terkait literasi keuangan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini

- melibatkan penerapan prinsip-prinsip literasi keuangan dalam perencanaan keuangan pribadi, pembentukan kebiasaan menabung, dan pengelolaan utang.
4. Pemberdayaan Masyarakat Ekonomi Rendah: Kegiatan ini memberdayakan masyarakat ekonomi rendah dengan memberikan akses ke informasi dan sumber daya yang dapat meningkatkan kapasitas finansial mereka. Peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi dan keluarga mereka.
  5. Penggunaan Teknologi Sebagai Alat Pendidikan: Penggunaan aplikasi Zoom sebagai platform penyelenggaraan kegiatan membuktikan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan informasi dan pendidikan literasi keuangan. Ini membuka peluang untuk mengadakan lebih banyak kegiatan serupa di masa mendatang dengan melibatkan lebih banyak peserta.
  6. Dampak Jangka Panjang: Dengan meningkatnya literasi keuangan di kalangan masyarakat ekonomi rendah, diharapkan terjadi dampak jangka panjang berupa penurunan tingkat utang, peningkatan kebiasaan menabung, dan peningkatan stabilitas finansial masyarakat. Ini dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi individu serta masyarakat secara keseluruhan.
  7. Umpan Balik Positif: Peserta memberikan umpan balik positif terkait kualitas materi, penyampaian, dan format kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan kampanye literasi keuangan telah mencapai tujuannya dan memberikan manfaat yang nyata bagi peserta.

Dengan demikian, hasil dari kegiatan ini menciptakan landasan yang kokoh untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan masyarakat ekonomi rendah, membuka peluang untuk melanjutkan upaya pendidikan keuangan yang lebih luas dan berkelanjutan di masa depan.

Literasi keuangan merupakan perjalanan intelektual yang membawa individu masuk ke dalam dunia pengetahuan dan pemahaman yang mendalam tentang konsep keuangan (Sepang & Jainudin, 2023). Di era modern yang dipenuhi dengan dinamika teknologi dan globalisasi, literasi keuangan tidak hanya menjadi suatu kemewahan, tetapi juga suatu keharusan yang mendesak. Dalam perjalanan ini, individu dihadapkan pada tantangan untuk menguasai keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan agar dapat mengelola keuangan pribadi dengan bijak (Mahamboro, Felix Korner, Abais, & Kristiyanto, 2023). Seorang yang memiliki literasi keuangan yang baik tidak hanya memiliki pengetahuan tentang cara menghitung bunga atau menyusun anggaran, tetapi juga memahami konsep-konsep yang lebih abstrak, seperti risiko investasi, diversifikasi, dan dampak kebijakan ekonomi terhadap keuangan pribadi. Literasi keuangan bukanlah sekadar menghafal istilah-istilah keuangan, melainkan memahami implikasi dari setiap keputusan keuangan yang diambil (Rita, Sudrajat, Suparni, & Witjaksana, 2023).

Dalam perjalanan literasi keuangan, individu akan menemui berbagai tahapan yang melibatkan pembelajaran dan aplikasi pengetahuan. Mulai dari pengenalan dasar mengenai mata uang dan transaksi keuangan sederhana hingga pemahaman yang lebih mendalam tentang investasi, perencanaan pensiun, dan manajemen risiko (Wijaya, Irsyadi, & Rosyidi, 2023). Setiap tahap membutuhkan dedikasi untuk belajar dan kesabaran untuk mengatasi kompleksitas yang mungkin timbul. Pentingnya literasi keuangan juga tercermin dalam kemampuan individu untuk membuat keputusan yang cerdas dan bijak terkait keuangan pribadi. Seorang yang memiliki literasi keuangan yang baik dapat mengidentifikasi peluang dan risiko dengan lebih baik, membuat perencanaan keuangan yang sesuai dengan tujuan jangka panjangnya, dan menjaga stabilitas finansial di tengah gejolak ekonomi (Muhammadiyah, 2023).

Tak hanya sebatas keuntungan individu, literasi keuangan juga memiliki dampak luas terhadap masyarakat secara keseluruhan (Awear & Rukiyanto, 2023). Dengan meningkatnya literasi keuangan, dapat diharapkan bahwa tingkat kemiskinan akan menurun, ketidaksetaraan ekonomi dapat diatasi, dan masyarakat menjadi lebih tangguh menghadapi perubahan ekonomi global (Susanti, Sasabone, Tabelessy, Safar, & Wulandari, 2023). Namun, perlu diingat bahwa perjalanan literasi keuangan bukanlah suatu tujuan akhir, melainkan suatu proses berkelanjutan (Muhammadiyah, Darmo, Rahmah, & Nugroho, 2023). Seiring dengan perubahan dalam dunia keuangan dan perkembangan pribadi, individu perlu terus mengembangkan literasi keuangannya agar tetap relevan dan siap menghadapi tantangan keuangan yang terus berubah (Rukiyanto & Marcelinus, 2020). Oleh karena itu, literasi keuangan bukan hanya suatu keterampilan, melainkan suatu kebijakan hidup yang dapat membimbing individu menuju keberlanjutan dan kesejahteraan finansial.

## SIMPULAN

Dengan demikian, kampanye literasi keuangan untuk masyarakat ekonomi rendah melalui platform Zoom pada tanggal 16 November 2023 telah sukses meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan peserta. Hasilnya mencakup peningkatan pemahaman literasi keuangan, partisipasi aktif dalam sesi tanya jawab, serta penerapan praktis prinsip-prinsip keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini tidak hanya memberdayakan peserta secara finansial, tetapi juga mengonfirmasi bahwa penggunaan teknologi dapat efektif dalam menyampaikan pendidikan literasi keuangan. Dengan umpan balik positif dari peserta, kampanye ini memberikan dampak yang berpotensi jangka panjang dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat ekonomi rendah.

## SARAN

Sebagai saran untuk penelitian lebih lanjut, disarankan untuk:

1. Melakukan Evaluasi Jangka Panjang: Meneliti dampak jangka panjang dari kampanye literasi keuangan ini terhadap perilaku keuangan peserta, termasuk perubahan kebiasaan menabung dan pengelolaan utang dalam kurun waktu yang lebih lama.
2. Mendalamkan Aspek Partisipasi Online: Meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi dan keterlibatan peserta dalam kampanye literasi keuangan online, serta strategi untuk meningkatkannya.
3. Eksplorasi Metode Pengukuran Dampak: Mengeksplorasi metode yang lebih rinci untuk mengukur dampak literasi keuangan, termasuk pengembangan kuesioner evaluasi dan studi kasus untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam.
4. Penyesuaian Materi Berdasarkan Kelompok Sasaran: Mengidentifikasi cara-cara penyesuaian materi literasi keuangan berdasarkan karakteristik spesifik dari kelompok masyarakat ekonomi rendah, seperti tingkat pendidikan, usia, atau pengalaman keuangan.
5. Peningkatan Aksesibilitas Teknologi: Meneliti upaya untuk meningkatkan aksesibilitas teknologi bagi masyarakat ekonomi rendah, seperti penyediaan bantuan teknis atau pelatihan penggunaan aplikasi Zoom agar dapat memaksimalkan potensi literasi keuangan online.

Dengan melakukan penelitian lebih lanjut dalam arah-arahan ini, diharapkan dapat mengisi kekurangan penelitian saat ini dan memperkaya pemahaman kita terhadap efektivitas kampanye literasi keuangan, khususnya dalam konteks online dan masyarakat ekonomi rendah.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada instansi pendukung finansial yang telah turut mendukung pengabdian ini. Terima kasih atas kontribusi yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan dengan sukses.

## DAFTAR PUSTAKA

- Awear, Y., & Rukiyanto, B. A. (2023). *Interreligious Dialogue In Yogyakarta: Unlocking Inspiration From Pope Francis*. Seminar Nasional Sanata Dharma Berbagi: Sosial Dan Humaniora 2023.
- Azurah, H. (2023). *Peningkatan Keterampilan Menulis Puisi Anak-Anak Dengan Menggunakan Pendekatan Kontekstual Kelas Iv Upt Spf Sd Inpres Galangan Kapal Iv Kota Makassar*.
- Borong, M., Muhammadiyah, M., & Bakri, M. (2023). *Implementasi Pembelajaran Tematik Pada Siswa Kelas V Sd Negeri 1 Kesu'kabupaten Toraja Utara*. Universitas Bosowa.
- Dianto, A. Y., Hendratri, B. G., Zakariya, M., & Udin, M. F. (2023). *Strategi Sukses Produksi Berbasis Ekonomi Islam: Studi Kasus Produksi Nucless Di Pt. Persada Nawa Kartika Kertosono*. *Journal On Education*, 6(1), 10496–10502.
- Halawa, P. P., & Rukiyanto, B. (2023). *Peranan Doa Dalam Pembentukan Karakter Para Suster Kongregasi Amalkasih Darah Mulia Di Komunitas Kota Baru Yogyakarta*. *Jurnal Humanipreneur*, 2(2), 34–50.
- Hendratri, B. G., Dianto, A. Y., Zakariya, M., & Udin, M. F. (2023). *Transformasi Positif: Analisis Sistem Jual Beli Online Di Anisa Online Shop Grosir Mlorah Rejoso Nganjuk Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Journal On Education*, 5(4), 17801–17806.
- Iswanto, J., Subekan, S., Sadiyah, D. F., Mastur, M., & Tohawi, A. (2023). *Strategi Pemasaran Yang Efektif: Meningkatkan Omzet Penjualan Roti Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Di Mawaddah Bakery Bandar Lor Kediri*. *Journal On Education*, 5(4), 17807–17813.

- Mahamboro, D. B., Felix Korner, S. J., Abais, R. A. L., & Kristiyanto, N. (2023). Proceedings International Conference On Theology, Religion, Culture, And Humanities:" Re-Imagining Theology, Religion, Culture, And Humanities Studies For Public Life". Sanata Dharma University Press.
- Muhammadiyah, M. (2023). Analysis Of The Role Of The School Committee In Improving Quality Of Education In Elementary Schools.
- Muhammadiyah, M., Darmo, I. S., Rahmah, S., & Nugroho, I. (2023). Teacher Performance Modeling Based On Spiritual, Intellectual, And Emotional Intelligence With Job Satisfaction.
- Ratnawati, R., & Madjid, S. (2023). Pengaruh Bimbingan Orang Tua Terhadap Karakter Dan Prestasi Belajar Dalam Mengikuti Pembelajaran Bahasa Indonesia Siswa Kelas Iv Sdn 244 Lapasa Kecamatan Mare Kabupaten Bone. *Bosowa Journal Of Education*, 3(2), 133–137.
- Rita, R. S., Sudrajat, D., Suparni, S., & Witjaksana, B. (2023). Pelatihan Academic Writing Secara Daring Untuk Dosen Non Jabatan Fungsional Akademik. *Sabajaya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 234–241.
- Rukiyanto, B. A., & Amatnua, M. W. M. (2023). The Role Of Religious Education In Promoting Religious Pluralism. *Theology International Conference 2023*.
- Rukiyanto, B. A., & Marcelinus, D. (2020). The Understanding And Acceptance Of Ukrim Students On Plurality Of Religions. *International Conference On Educational Research And Innovation (Iceri 2019)*, 204–209. Atlantis Press.
- Sepang, A., & Jainudin, J. (2023). Pemanfaatan Lingkungan Sekolah Sebagai Sumber Belajar Di Sdn 290 Inpres Kasisitana Toraja. *Tongkonan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 50–53.
- Supriadi, Muhammadiyah, M., & Madjid, S. (2023). Efektivitas Penerapan Metode Pemberian Tugas Terhadap Motivasi Dan Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas V Sdn 244 Lapasa Kecamatan Mare Kabupaten Bone. *Bosowa Journal Of Education*, 3(2), 122–127.
- Susanti, R., Sasabone, C., Tabelessy, N., Safar, M., & Wulandari, S. (2023). Struktur Wacana Berita Surat Kabar Satelit News. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (Jrpp)*, 6(4), 1544–1549.
- Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, S., Dianto, A. Y., & Hendratri, B. G. (2023). Ritme Bisnis Digital: Dinamika Transaksi Online Jesika Shop Kebonagung Dalam Konteks Ekonomi Islam. *Journal On Education*, 6(1), 10490–10495.
- Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, S., Sadiyah, D. F., & Mastur, M. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Bawang Merah Di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal On Education*, 5(4), 17814–17822.
- Wijaya, R., Irsyadi, A. N., & Rosyidi, M. H. (2023). Exploring Figurative Language: Expressions And Metaphors In Sports Reporting Of Java Pos (Edition, June 1, 2018). *Retorika: Jurnal Ilmu Bahasa*, 9(2), 193–202.