

**SOSIALISASI PROSEDUR DAN MANFAAT PEMBIAYAAN EMAS BAGI NASABAH
DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PANDAAN PASURUAN**

**Hirda Prastira¹, Lailatul Maslakhah², Wirda Isti'anatuz Zulfa³,
Afidatu Aininnisa⁴, Sukamto⁵**

Universitas Yudharta Pasuruan

E-Mail :hirdaprastiraaa30@gmail.com,lailatulmaslakhah547@gmail.com,
wirdaaa2004@gmail.com,aininnisak05@gmail.com

Abstract

Public literacy regarding Sharia-compliant gold financing products is still relatively low, leading to misperceptions regarding the application procedures and benefits of halal investments at Bank Syariah Indonesia (BSI) Pandaan Branch Office, Pasuruan. This community service activity aims to improve customer and prospective customer understanding of the procedures, contracts, and economic and sharia-compliant benefits of gold financing through a participatory and educational approach. The outreach program was conducted in November 2025 in the Pandaan area with the coordination center at BSI Pandaan Branch Office, involving four implementers: Hirda, Wirda, Fida, and Lail. The implementation method included identifying needs through initial interviews, developing simple materials, educational presentations, two-way discussions, simulating the application process, distributing brochures, and evaluating through a quick survey. The results of the activity showed a significant increase in participant understanding, including an increase in understanding of financing procedures from 45% to 85%, understanding of benefits from 50% to 88%, and an increase in interest in applying in the next three months from 35% to 72%. These findings indicate that interactive educational methods based on simulations and discussions are effective in increasing literacy, reducing perceived process complexity, and increasing trust in financing products. However, this activity has several limitations: participants can only be present in the bank area and the evaluation can only be conducted within a short time. Overall, this program is a strategic effort to increase knowledge about Islamic finance and halal investment culture in the Pandaan community.

Keywords: Gold financing, Islamic financial literacy, educational socialization, Bank Syariah Indonesia, halal investment, Pandaan.

Abstrak

Literasi masyarakat terhadap produk pembiayaan emas berbasis syariah masih tergolong rendah, sehingga memunculkan persepsi keliru terkait prosedur pengajuan dan manfaat investasi halal di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pandaan, Pasuruan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman nasabah dan calon nasabah mengenai prosedur, akad, serta manfaat ekonomi dan syariah dari pembiayaan emas melalui pendekatan partisipatif dan edukatif. Sosialisasi dilaksanakan pada November 2025 di wilayah Pandaan dengan pusat koordinasi di BSI KCP Pandaan, melibatkan empat pelaksana: Hirda, Wirda, Fida, dan Lail. Metode pelaksanaan mencakup identifikasi kebutuhan melalui wawancara awal, penyusunan materi sederhana, pemaparan edukatif, diskusi dua arah, simulasi alur pengajuan, pembagian brosur, serta evaluasi melalui survei cepat. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, termasuk peningkatan pemahaman prosedur pembiayaan dari 45% menjadi 85%, pemahaman manfaat dari 50% menjadi 88%, dan peningkatan minat pengajuan dalam tiga bulan ke depan dari 35% menjadi 72%.

Temuan ini menunjukkan bahwa metode pendidikan interaktif berbasis simulasi dan diskusi efektif dalam meningkatkan literasi, mengurangi persepsi kerumitan proses, dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk pembiayaan. Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan: peserta hanya dapat berada di sekitar bank dan evaluasi hanya dapat dilakukan dalam waktu singkat. Secara keseluruhan, program ini adalah upaya strategis untuk meningkatkan pengetahuan tentang keuangan syariah dan budaya investasi halal di masyarakat Pandaan.

Kata Kunci: *Pembiayaan emas, literasi keuangan syariah, sosialisasi edukatif, Bank Syariah Indonesia, investasi halal, Pandaan.*

1. PENDAHULUAN

Pembiayaan emas merupakan salah satu produk unggulan perbankan syariah yang diminati masyarakat karena emas dipandang sebagai instrumen investasi yang stabil, aman, serta memiliki nilai yang cenderung meningkat dalam jangka panjang (Haryani & Hendri, 2025). Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan fasilitas pembiayaan kepemilikan emas dengan akad yang sesuai prinsip syariah, seperti murabahah, yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk membeli emas secara angsuran tanpa unsur riba (Dini et al., 2024). Meski tingkat peminatnya cukup tinggi, masih banyak masyarakat di wilayah Pandaan, Pasuruan yang belum memahami secara komprehensif terkait prosedur pengajuan, mekanisme akad, hingga manfaat jangka pendek dan panjang dari pembiayaan emas (Penerapan et al., 2023). Minimnya literasi keuangan syariah pada segmen ini berpotensi menyebabkan kesalahpahaman produk dan menurunkan optimalisasi pemanfaatannya (Kinanti et al., 2025). Oleh karena itu, program pengabdian berupa sosialisasi dinilai penting untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan masyarakat pada produk investasi halal ini (Sudarmi et al., 2025).

Permasalahan utama yang ditemukan di masyarakat Pandaan adalah rendahnya pengetahuan mengenai alur administrasi pembiayaan emas, ketidakpahaman terhadap akad yang digunakan, serta persepsi bahwa proses pengajuannya rumit dan kurang transparan (Ilyvia Camelia, 2024). Selain itu, sebagian calon nasabah belum menyadari fungsi ganda emas sebagai investasi sekaligus sarana proteksi nilai aset (Herawati et al., 2024). Kurangnya informasi menyebabkan masyarakat cenderung menunda pengajuan atau memilih produk yang tidak sesuai kebutuhan finansial mereka (Luthfi et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan produk pembiayaan emas di BSI dengan pemahaman publik sebagai calon pengguna manfaatnya (Bengi et al., 2025).

Solusi yang ditawarkan dalam program pengabdian ini adalah dengan melakukan sosialisasi dan edukasi langsung kepada nasabah dan calon nasabah melalui penyampaian materi interaktif yang mudah dipahami, meliputi tata cara pengajuan, simulasi akad, rincian angsuran, syarat dokumen, hingga keuntungan ekonomis dan maslahat syariah dari pembiayaan emas (Dinillah et al., 2024). Pendekatan yang digunakan adalah pemaparan prosedur secara bertahap dan realistis, termasuk penyediaan forum tanya jawab untuk meluruskan miskonsepsi dan meningkatkan persepsi transparansi produk (Wahab & Junaedi, 2022). Selain itu, kegiatan juga disertai penyebaran media edukasi ringkas seperti brosur informatif agar literasi nasabah tidak berhenti saat sesi sosialisasi selesai (Kinanti et al., 2025). Strategi ini diharapkan mampu menumbuhkan pemahaman yang tepat sekaligus mendorong keberanian nasabah dalam memanfaatkan produk secara optimal (Andini Amalia Putri SW & Mia lasmi Wardiyah, 2025). Kegiatan sosialisasi ini memberikan manfaat signifikan bagi masyarakat, di antaranya meningkatkan literasi keuangan syariah, memberikan

pemahaman yang jelas terkait investasi emas secara halal, serta membantu nasabah dalam mengambil keputusan finansial yang aman dan sesuai profil kebutuhan mereka (Pabali, 2025). Bagi pihak bank, sosialisasi ini turut memperkuat kepercayaan dan citra positif BSI sebagai lembaga keuangan yang edukatif dan dekat dengan masyarakat (Prabowo & Fitri, 2025). Secara sosial-ekonomi, program ini diharapkan mampu mendorong terbentuknya masyarakat yang lebih sadar investasi, berencana secara matang, serta mampu menjaga nilai aset melalui skema pembiayaan yang bebas riba (Sukamto, 2024). Dengan demikian, dampak kegiatan tidak hanya bersifat informatif namun juga berkelanjutan (Judijanto, 2025).

Tujuan pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk mengedukasi dan meningkatkan pemahaman nasabah maupun calon nasabah di wilayah Pandaan mengenai prosedur dan manfaat pembiayaan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pandaan, Pasuruan secara benar, mudah, dan sesuai prinsip syariah (Umi et al., 2024). Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengurangi miskonsepsi terhadap produk, meningkatkan minat investasi emas berbasis syariah, serta mendekatkan layanan edukasi bank kepada masyarakat (A'yun, 2025). Melalui sosialisasi ini diharapkan tercipta nasabah yang lebih paham, percaya, dan mampu memanfaatkan pembiayaan emas sebagai solusi perencanaan keuangan dan investasi masa depan (Fitri et al., 2025).

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif, yaitu dengan mengutamakan keterlibatan aktif peserta melalui penyampaian materi yang komunikatif, diskusi dua arah, serta studi kasus sederhana agar masyarakat lebih mudah memahami prosedur dan manfaat pembiayaan emas berbasis syariah (Berkas et al., 2024). Tempat pelaksanaan berlokasi di wilayah Pandaan, Pasuruan dengan pusat kegiatan di sekitar layanan operasional Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pandaan, sehingga memudahkan koordinasi, observasi kebutuhan nasabah, dan pendampingan informasi produk secara kontekstual (Wulandari & Sukamto, 2025). Kegiatan ini dilakukan pada bulan November 2025, menyesuaikan dengan jadwal layanan bank dan waktu yang efektif bagi masyarakat, terutama nasabah dan calon nasabah yang membutuhkan literasi produk pembiayaan emas (Khasanah, 2022). Bentuk kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi langsung (offline) melalui pemaparan materi, sesi tanya jawab, simulasi alur pengajuan, serta pembagian media edukasi berupa brosur ringkas untuk memperkuat pemahaman peserta (Fathihani et al., 2023). Anggota yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari empat orang, yaitu Hirda, Wirda, Fida, dan Lail, dengan peran kolaboratif sebagai penyusun materi, pemateri lapangan, fasilitator diskusi, dan pendamping peserta (Hotimal et al., 2024). Alur pelaksanaan pengabdian dimulai dari tahap identifikasi kebutuhan melalui observasi dan wawancara singkat dengan nasabah, dilanjutkan dengan penyusunan materi sosialisasi yang relevan dan simpel, lalu pelaksanaan sosialisasi kepada peserta, berikutnya sesi interaktif dan simulasi pengajuan, kemudian pembagian media edukasi, dan diakhiri dengan tahap evaluasi kegiatan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan respon peserta terhadap produk pembiayaan emas di BSI (Ulya & Wulandari, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi di wilayah Pandaan dengan pusat koordinasi di BSI KCP Pandaan berjalan sesuai rancangan metode partisipatif dan edukatif (Rakhmawati et al., 2024). Pada tahap awal, observasi dan wawancara singkat kepada 20 nasabah yang datang ke kantor cabang menunjukkan bahwa 70% responden hanya mengenal pembiayaan emas sebatas “cicilan emas”, sementara 60% belum mengetahui akad yang digunakan, dan 55% menganggap prosedur pengajuan cukup rumit (Nursya'bani & Fatah, 2023). Data awal ini

menegaskan bahwa literasi nasabah masih berada pada tingkat dasar. Setelah dilakukan penyusunan materi yang sederhana dan aplikatif, kegiatan inti berupa pemaparan, diskusi dua arah, simulasi alur pengajuan, serta pembagian brosur dilaksanakan dengan melibatkan 4 anggota yakni Hirda, Wirda, Fida, dan Lail (Muhammad Nasrudin fh et al., 2024). Peserta mengikuti seluruh sesi secara aktif, terutama saat simulasi prosedur yang memberi gambaran langkah administratif secara runtut (Afifah & Ardyansyah, 2023).

Hasil kuantitatif pasca-sosialisasi menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan. Survei cepat menggunakan kuesioner skala persentase kepada 30 peserta sosialisasi memperlihatkan bahwa tingkat pemahaman terhadap prosedur pengajuan naik dari 45% (pra-kegiatan) menjadi 85% (pasca-kegiatan), sedangkan pemahaman terhadap manfaat ekonomi dan syariah meningkat dari 50% menjadi 88% (Nur Febieni et al., 2022). Selain itu, 90% peserta menyatakan bahwa sesi simulasi sangat membantu dalam mengurangi persepsi “rumit”, dan 87% merasa lebih yakin menggunakan pembiayaan emas sebagai alternatif investasi halal (Ravita, 2024). Minat pengajuan produk yang diukur melalui pertanyaan “bersedia mengajukan dalam 3 bulan ke depan” juga meningkat menjadi 72%, dibanding 35% pada pengukuran awal wawancara tahap identifikasi (Hadi, 2022). Indikator ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif yang interaktif efektif menumbuhkan keberanian dan kejelasan persepsi nasabah (Bayu D Sumaila, 2022).



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

4. KESIMPULAN

Pembahasan dari hasil tersebut menegaskan bahwa kesenjangan informasi yang sebelumnya terjadi di masyarakat Pandaan dapat direduksi melalui strategi komunikasi yang melibatkan peserta secara langsung (Ilyvia Camelia, 2024). Pendampingan materi secara bertahap, forum tanya jawab, dan alat bantu fisik berupa brosur mampu memperpanjang dampak literasi di luar sesi sosialisasi. Temuan peningkatan pemahaman hingga di atas 85% menunjukkan bahwa edukasi berbasis contoh kasus dan simulasi memiliki daya serap lebih kuat dibanding pendekatan satu arah. Selain itu, respons positif peserta terhadap transparansi informasi memperkuat tujuan sosial bank sebagai lembaga keuangan yang inklusif dan edukatif. Secara implikatif, kegiatan ini tidak hanya menaikkan literasi produk, tetapi juga mendukung ekosistem investasi halal di tingkat komunitas Pandaan melalui peningkatan intensi penggunaan produk pembiayaan emas yang sesuai prinsip syariah

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, I. (2025). Investasi Emas Digital di Indonesia; Tinjauan Sistemik Maqashid Syariah. *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics*, 4(2), 203–220. <https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1828>
- Afifah, A., & Ardyansyah, F. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>
- Andini Amalia Putri SW, & Mia lasmi Wardiyah. (2025). STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN PRODUK TABUNGAN DAN PEMBIAYAAN di PT BPRS HAJI MISKIN. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(7), 65–78. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i7.617>
- Bayu D Sumaila, A. M. (2022). Justisia Ekonomika. *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 440–453.
- Bengi, E. S., Balkis, Y. S., Dewi, R., Husni, G. A. S., Emas, C., & Syariah, B. (2025). *PROSEDUR PEMBIAYAAN CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI): KAJIAN MEKANISME DAN IMPLEMENTASINYA* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Institut Agama Islam Lhoukseumawe , Aceh Keywords : A . Latar belakang Pesatnya kemajuan ekonomi di Indonesia tent. 3(2), 624–641.
- Berbasis, U., Di, A., Siak, K., & Pertiwi, D. S. (2024). *E Konomi P Olitik H Ijau , S Tudi K Asus*. 7(October 2023), 191–204.
- Dini, S., Abbas, A., & Ardiansyah. (2024). Cicil Emas pada Bank Syariah, Apakah Riba? *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 111–122. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v3i2.1459>
- Dinillah, W. S., Rofikoh, M., & ... (2024). Strategi Pemasaran Produk Cicilan Emas Pada Lembaga Keuangan Syariah Di Bank Bsi Kcp Gondanglegi. ... *Keuangan Islam Dan* 1. <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/mj-bahrain/article/view/5335%0Ahttps://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/mj-bahrain/article/download/5335/3672>
- Fathihani, F., Wuryandari, N. E. R., Purnama, Y. H., & Purwanto, S. (2023). Sosialisasi Investasi Emas Digital Bagi Generasi Millennial di Pulau Tidung. *Lentera Pengabdian*, 1(03), 327–337. <https://doi.org/10.59422/lp.v1i03.113>
- Fitri, A. F., Alrasyid, H., Bastomi, M., & Ekonomi, F. (2025). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Investasi Emas di Bank Syariah (Studi Kasus PT . Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Investasi Emas di Bank Syariah (Studi Ka*. 8(1), 237–244.

- Hadi, N. (2022). Iqtisodina: Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam Teori Produksi dalam Islam. *Ekonomi Syariah & Hukum Islam*, 5(1), 68–76.
- Haryani, T., & Hendri, Z. (2025). Strategi Pengembangan Produk Cicil Emas Di Tengah Volatilitas Harga : Studi Kasus Pada Bsi Kantor Cabang Pembantu Bengkalis. *EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 10(01), 74– 81.
- Herawati, E., Sakdiah, K., & Zaki, A. (2024). JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. *JEKSya Jurnal*, 3(2), 285–297.
<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya>
- Hotimal, H., Nizar, M., Putri, R. F., & Tiya, S. A. (2024). Pendampingan Edukasi Transaksi Keuangan Untuk Meningkatkan Literasi keuangan di BMT Masalah Purwosari Pasuruan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa (JPMD)*, 5(3), 274–290.
<https://www.ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/1703>
- Judijanto, L. (2025). Kontekstualisasi Perencanaan Keuangan Syariah di Indonesia : Sebuah Tinjauan. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah Vol.4, No.3*, 4(3), 2877.
- Khasanah, U. (2022). *Strategi Peningkatan Pembiayaan Cicil Emas Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran pada Bank Syariah Indonesia*. 106.
- Kinanti, N., Afiif, M. F., Kadir, F. S., Ekonomi, F., & Makassar, U. I. N. A. (2025). *Nadya++*(8-17). 6(1), 8–17.
- Ilyvia Camelia, S. E. (2024). Komunikasi Inklusif : Strategi Memperkuat Sinergi Antara. *Kabilah: Journal of Social Community*, 9(14), 402–410.
<https://ejournal.iainata.ac.id/index.php/kabilah/article/view/474/413>
- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Purnamasari, R. A. (2024). Tabungan Dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen Dalam Mengelola Keuangan Di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 137–153.
<https://doi.org/10.54459/almizan.v7iii.791>
- Muhammad Nasrudin fh, Muhammad Fahmul Iltiham, & Muhammad Nizar. (2024). Praktik Ekonomi Lokal Masyarakat Melalui Bisnis Mangga dalam Perspektif Fikih Muamalah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(10), 4007– 4017.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i10.3058>
- Nur Febieni, W., Inayah, H., Rahmah, N., Qotrun Nahda, S., & Nizar, M. (2022). Strategi Bmt Masalah Cabang Sukorejo Pasuruan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Istismar*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.32764/istismar.v5i2.4318>
- Nursya'bani, R. Z., & Fatah, D. A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Pengetahuan Investasi Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas BSI. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.
- Pabali, M. U. H. A. (2025). *Analisis pemahaman masyarakat desa mahalona terhadap akad dan produk bank syariah*.
- Penerapan, A., Syariah, A., Produk, P., Barru, I. K. C. P., Studi, P., Lembaga, A., Syariah, K., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2023). *Oleh sri mudita abdullah nim:19.2800.079*.

- Prabowo, R. D., & Fitri, A. O. (2025). Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah Di Masyarakat Strategy of Syariah Bank in Improving Syariah Financial Literacy in Society. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 8673–8682. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Rakhmawati, A., Nizar, M., Sulhan, M., Febrianti, D., & Maulinda, S. (2024). Kasgot Fertilizer Production Training to Boost Agricultural Productivity and Economic Sustainability in Suwayuwo Village. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(2), 853–866. <https://doi.org/10.37680/amalee.v5i2.5836>
- Ravita, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau. *Maisyatuna*, 5(1), 129–141. <https://doi.org/10.53958/mt.v5i1.443>
- Sudarmi, S., Lutfi, M., Siradjuddin, S., Agus Syam, & Hasisa Haruna. (2025). Membuka Gerbang Emas: Potensi Besar Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 3649–3659. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.7473>
- Sukamto. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Lingkungan Sosial KJKS Arjuna Terhadap Minat Menabung Santri Putri Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.35891/muallim.v6i1.4495>
- Ulya, H., & Wulandari, N. A. (2023). Sosialisasi Bank Syariah Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Pager dalam menggerakkan ekonomi daerah. *Abdimas Siliwangi*, 6(3), 531–550. <https://doi.org/10.22460/as.v6i3.18170>
- Umi, O. :, Sari, P., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas: Meningkatkan Minat Nasabah Di PT. Pegadaian (persero) Cabang Syariah Bandar Lampung. *Jma*, 2(11), 3031–5220.
- Wahab, A., & Junaedi. (2022). Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan Sampling*, 5(1), 42–49. <https://www.ejournal.stikesbbmajene.ac.id/index.php/jptk/article/download/33/23>
- Wulandari, E. P., & Sukamto. (2025). Pendampingan Service Excellent dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Koperasi Karyawan (Kopkar) Universitas Yudharta Pasuruan. *Science and Technology: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 30–40. <https://doi.org/10.69930/scitech.v2i1.284>