



## Pelatihan Digital Marketing dan Perencanaan Keuangan Syariah Pada Anggota Nasyiatul Aisyiyah Ponorogo

Nugraheni Fitroh Rezqi S.<sup>1\*</sup>, Fatkhur Rohman Albanjari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jalan Budi Utomo no.10 Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia, 63471

\*Email korespondensi: [nugraheni@umpo.ac.id](mailto:nugraheni@umpo.ac.id)

### ARTIKEL INFO

#### Article history

Received: 17 Jul 2025

Accepted: 04 Okt 2025

Published: 30 Nov 2025

#### Kata kunci:

Digital Marketing;  
Financial Freedom;  
Pemberdayaan  
Perempuan;  
Perencanaan Keuangan  
Syariah;  
UMKM.

### A B S T R A K

**Background:** Rendahnya literasi keuangan syariah dan keterampilan digital marketing masih menjadi kendala utama bagi perempuan pelaku UMKM, termasuk anggota Nasyiatul Aisyiyah Cabang Siman, Ponorogo. Program ini bertujuan meningkatkan pemahaman keuangan syariah dan kemampuan pemasaran digital anggota agar lebih mandiri secara ekonomi. **Metode:** Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan intensif, pendampingan daring, dan evaluasi dengan melibatkan 32 peserta. Evaluasi dilakukan melalui *pre-test/post-test*, observasi praktik, dan wawancara. **Hasil:** Skor rata-rata peserta meningkat dari 54% (*pre-test*) menjadi 76% (*post-test*). Sebanyak 80% peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan, 60% aktif memasarkan produk melalui media digital, dan 33% mengikuti program *affiliate marketing*. **Kesimpulan:** Program berhasil meningkatkan literasi keuangan syariah dan keterampilan digital marketing anggota NA Siman. Temuan ini menunjukkan pentingnya model pemberdayaan berbasis literasi digital-keuangan untuk mendukung kemandirian ekonomi Perempuan.

### A B S T R A C T

**Background:** Low levels of Islamic financial literacy and digital marketing skills remain major obstacles for women MSME entrepreneurs, including members of the Siman Branch of Nasyiatul Aisyiyah, Ponorogo. This program aims to improve members' understanding of Islamic finance and digital marketing skills so that they can become more economically independent. **Methods:** Activities were carried out through intensive training, online mentoring, and evaluation involving 32 participants. Evaluation was conducted through pre-tests/post-tests, practice observations, and interviews. **Results:** The average score of participants increased from 54% (*pre-test*) to 76% (*post-test*). A total of 80% of participants began to implement financial record keeping, 60% actively marketed products through digital media, and 33% participated in affiliate marketing programs. **Conclusions:** The program successfully improved the Islamic financial literacy and digital marketing skills of NA Siman members. These findings demonstrate the importance of a digital-financial literacy-based empowerment model to support women's economic independence.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Kemampuan untuk mencapai kemandirian finansial atau financial freedom merupakan salah satu hal yang menjadi kebutuhan utama bagi setiap individu, terutama di tengah kondisi ekonomi yang dinamis (Rohmawan dkk., 2024). Kemandirian finansial memungkinkan seseorang untuk memiliki kontrol penuh terhadap keuangan mereka tanpa tergantung pada pihak lain (Rea, J.K., Danes, S.M., Serido, J. et al., 2019). Salah satu kelompok yang sangat membutuhkan literasi terkait kemandirian finansial adalah perempuan, khususnya mereka yang aktif di organisasi kemasyarakatan seperti Nasyiatul Aisyiyah (NA).

Nasyiatul Aisyiyah (NA) adalah organisasi otonom Muhammadiyah yang berfokus pada

pemberdayaan perempuan muda. Nasiyatul 'Aisyaya Siman, Kabupaten Ponorogo, merupakan salah satu cabang aktif yang memiliki potensi besar untuk berkembang baik dari segi keorganisasian maupun kontribusi sosial-ekonomi ([Nasiyatul 'Aisyiyah, 2023](#)). Seperti kebanyakan organisasi berbasis masyarakat, Nasiyatul Aisyiyah cabang Siman menghadapi tantangan dalam hal peningkatan kapasitas anggotanya di bidang literasi keuangan dan keterampilan digital. Minimnya pengetahuan tentang perencanaan keuangan syariah dan pemasaran digital sering kali menjadi hambatan bagi anggota Nasiyatul Aisyiyah dalam mengembangkan potensi ekonomi pribadi maupun organisasi.

Nasiyatul Aisyiyah Cabang Siman terdiri dari anggota yang mayoritas berprofesi sebagai ibu rumah tangga, guru, pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), serta beberapa di antaranya adalah profesional muda. Berdasarkan survei awal, lebih dari 40% anggota Nasiyatul Aisyiyah Cabang Siman memiliki usaha sampingan seperti bisnis kuliner, kerajinan tangan, dan pakaian. Banyak dari mereka yang masih menjalankan usahanya secara konvensional, seperti mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk memperluas pasar. Hanya 20% dari total anggota yang memiliki pemahaman dasar tentang digital marketing, dan sisanya masih bergantung pada metode tradisional.

Minimnya pemahaman tentang strategi digital marketing, termasuk cara menggunakan media sosial, *platform e-commerce*, dan teknik optimasi pencarian, menghambat anggota dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan ([Nadiya Nur Arafah et al. 2022](#)). Hal ini berdampak pada rendahnya pendapatan yang mereka peroleh serta ketidakmampuan untuk bersaing dengan pelaku usaha lain yang telah lebih dahulu menggunakan teknologi digital ([Yanto et al. 2023](#)).

Kondisi ini menunjukkan adanya gap antara potensi usaha yang dimiliki anggota Nasiyatul Aisyiyah Siman dengan kemampuan mereka dalam memanfaatkan peluang yang ada di era digital. Minimnya pemahaman mengenai pemasaran digital menyebabkan para anggota kurang mampu menjangkau pasar yang lebih luas, baik skala lokal maupun nasional. Hal ini berdampak pada terbatasnya pendapatan yang dihasilkan dan lambatnya pertumbuhan usaha mereka ([Choerudin et al. 2023](#)). Melalui serangkaian pelatihan praktis, para peserta diberikan pemahaman mendalam mengenai konsep pemasaran digital, strategi pemasaran online yang efektif, dan penggunaan berbagai fitur yang ada di *platform marketplace* ([Raafi'udin dkk, 2024](#)). Banyak studi menyebutkan bahwa Digital marketing berhasil meningkatkan penjualan UMKM serta berhasil memberikan pemahaman dan edukasi mengenai pentingnya digital marketing di era globalisasi ([Kusuma Dewi dkk, 2022](#)).

Pelatihan digital marketing memiliki meningkatkan penjualan pada perempuan pengusaha rajut di desa Karanganyar, kecamatan Pule Trenggalek dengan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar seluas luasnya, promosi penjualan dilakukan secara jujur dan terbuka, harga yang ditentukan aik sesuai dengan kualitas dan tidak merusak harga pasar, persaingan dilakukan secara sehat dan islami serta pendistribusian barang dilakukan dengan sangat Amanah ([Albanjari & Syakarna, 2022](#)).

Dari sisi perencanaan keuangan, sebagian besar anggota Nasiyatul Aisyiyah Siman belum memiliki pemahaman yang memadai tentang pentingnya pengelolaan keuangan secara syariah. Sebanyak 70% anggota mengaku tidak memiliki catatan keuangan yang rapi, baik untuk kebutuhan pribadi maupun usaha. Hal ini menyebabkan pengeluaran sering kali tidak terkontrol, utang usaha yang tidak terkelola dengan baik, serta kurangnya persiapan dana darurat. Kondisi ini tidak hanya mempengaruhi stabilitas keuangan individu, tetapi juga mempengaruhi kemampuan organisasi dalam menjalankan program-program pemberdayaan yang lebih besar.

Belajar literasi keuangan dan merepkannya sangat berdamak pada esehatan finansial baik individu ataupun UMKM ([Idris dkk, 2024](#)). Melalui pencatatan keuangan para pelaku UMKM bisa mengatur keuangan dengan baik secara manual maupun aplikasi ([Pamela, 2023](#)). Riset mengenai literasi keuangan syariah pada tahun ([Syakarna et al., 2023](#)) dengan judul "Pendampingan

Pengelolaan Keuangan Syariah Bagi Masyarakat Prasejahtera Desa Sidomulyo Kecamatan Pule, Kabupaten Trenggalek" menemukan bahwa masyarakat prasejahtera di Desa Sidomulyo mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip keuangan syariah. Mereka mempelajari konsep-konsep seperti penghindaran riba, pengelolaan utang yang bijak, dan investasi yang halal sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini membantu mereka meningkatkan pengelolaan keuangan pribadi dan keluarga mereka, mengurangi risiko terjerat dalam utang yang berlebihan, dan mencapai kestabilan keuangan. Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, masyarakat prasejahtera dapat meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan. Mereka menjadi lebih disiplin dalam mengelola keuangan mereka, menghindari pemborosan, dan memprioritaskan pengeluaran sesuai dengan kebutuhan.

Tersedianya *e-commerce*, jangkauan pasar lebih luas, media promosi, informasi detail produk, diskon dapat ditampilkan di halaman web sehingga dapat dilihat lebih luas oleh pelanggan. Untuk pelanggan yang jaraknya jauh dari toko proses pemesanan produk dapat dilakukan melalui web *e-commerce*, untuk yang pelanggan dekat bisa juga langsung ke toko (Yanto et al. 2023). Dengan adanya *e-commerce* juga *stock* akan terlihat secara langsung dan jika terjadi penjualan maka *stock* akan otomatis berkurang, lalu *stock* dapat dilihat di laporan *stock* barang, kemudian tersedianya laporan-laporan yang dibutuhkan pimpinan seperti laporan stok, laporan pemesanan, laporan produk terlaris sehingga pemilik toko dapat mengetahui informasi yang ada pada laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun strategi kedepan (Rudi Yanto dkk, 2023).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pengurus serta anggota NA Siman, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menjadi kendala dalam mencapai kemandirian finansial, yaitu minimnya pemahaman tentang pemasaran digital: Sebagian besar anggota NA Siman belum memahami cara memanfaatkan media sosial, *platform e-commerce*, serta strategi digital marketing lainnya untuk mempromosikan produk mereka. Mereka masih bergantung pada penjualan konvensional dan belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Kemandirian finansial berbasis syariah merupakan kebutuhan penting bagi perempuan pelaku UMKM di era digital. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah dan adopsi teknologi digital marketing masih rendah, terutama di kalangan organisasi perempuan di tingkat masyarakat (Rea et al., 2019; Idris et al., 2024). Kondisi ini juga dialami oleh anggota Nasyiatul Aisyiyah (NA) Cabang Siman, Ponorogo, yang mayoritas memiliki usaha mikro tetapi belum melakukan pencatatan keuangan yang rapi serta masih bergantung pada pemasaran konvensional.

Penelitian internasional terkini menekankan pentingnya literasi keuangan syariah dalam meningkatkan stabilitas ekonomi rumah tangga serta peran digital marketing dalam memperluas akses pasar UMKM (Suwarsi, Sharfina, and Anggraeni ,2022; Syahnur, Syarif, and Arianti, 2024). Gap riset yang muncul adalah belum banyak studi yang mengintegrasikan literasi keuangan syariah dan digital marketing dalam konteks pemberdayaan organisasi perempuan berbasis komunitas.

Oleh karena itu, program pengabdian ini difokuskan pada peningkatan literasi keuangan syariah dan keterampilan digital marketing anggota NA Siman, dengan tujuan mendukung kemandirian ekonomi perempuan sekaligus memberikan model pemberdayaan yang dapat direplikasi pada komunitas serupa.

Adapun fokus pengabdian pada kegiatan ini adalah pada pemberdayaan perempuan, khususnya anggota Nasyiatul Aisyiyah cabang Siman, agar mereka memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usaha, menambah income dan mengelola keuangan, sehingga dapat berkontribusi secara maksimal pada kesejahteraan keluarga dan masyarakat sekitar.

## MASALAH

Program pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh permasalahan faktual dan aktual

yang dihadapi oleh anggota Nasihatul Aisyiyah Cabang Siman, Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan hasil observasi lapangan, survei awal, dan wawancara dengan pengurus organisasi, ditemukan beberapa permasalahan mendasar yang menghambat kemandirian finansial para anggota, terutama dalam pengelolaan usaha mikro yang mereka jalankan.

Sebagian besar anggota NA Siman adalah ibu rumah tangga, guru, pelaku UMKM, dan profesional muda yang memiliki usaha sampingan seperti kuliner, kerajinan tangan, dan fashion. Namun, 80% di antaranya belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam aktivitas bisnis. Masih bergantungnya mereka pada strategi pemasaran konvensional dan rendahnya literasi digital menyebabkan keterbatasan dalam memperluas pasar serta rendahnya daya saing produk.

Di sisi lain, sekitar 70% anggota juga belum memiliki pencatatan keuangan yang baik, baik untuk kepentingan pribadi maupun usaha. Kurangnya pemahaman mengenai perencanaan keuangan berbasis syariah berdampak pada ketidakmampuan dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, serta pengelolaan utang yang sesuai prinsip Islam. Kondisi ini menyebabkan ketidakstabilan keuangan, baik secara individu maupun kolektif sebagai organisasi.

Masalah-masalah ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi anggota NA Siman dengan kapasitas mereka dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara modern, mandiri, dan syariah-compliant. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi program yang mampu menjawab kebutuhan mereka dalam aspek:

1. Peningkatan literasi digital marketing (media sosial, *marketplace*, *affiliate marketing*).
2. Pemahaman dan praktik perencanaan keuangan syariah.
3. Penerapan pencatatan keuangan sederhana yang berkelanjutan.

Target kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan anggota NA Siman agar mampu menjalankan usaha secara lebih efektif dengan dukungan teknologi dan prinsip keuangan Islam, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan komunitasnya.

## METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan kolaboratif partisipatif melibatkan 32 peserta anggota NA Siman yang menempatkan peserta sebagai mitra aktif dalam setiap proses kegiatan. Instrumen evaluasi meliputi soal pilihan ganda (20 item) untuk mengukur literasi keuangan syariah dan digital marketing, lembar observasi pencatatan keuangan, serta kuesioner kepuasan. Analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif (persentase capaian, skor rata-rata) dan kualitatif (testimoni peserta, observasi implementasi).

Tahapan kegiatan dirancang secara sistematis untuk mencapai dampak nyata yang dapat diukur. Adapun tahapan metode penerapan dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Lapangan

Tahap awal dimulai dengan pemetaan kondisi dan kebutuhan peserta, yakni anggota Nasihatul Aisyiyah Cabang Siman. Proses ini dilakukan melalui:

- a. Distribusi kuesioner kepada 80 anggota untuk memperoleh data terkait tingkat pemahaman keuangan syariah, penggunaan media digital dalam bisnis, serta jenis usaha yang dimiliki.
- b. Wawancara mendalam dengan beberapa pengurus sebagai informan utama untuk menggali lebih jauh kendala serta potensi pengembangan program.

Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian besar anggota menjalankan usaha berskala mikro, namun belum maksimal dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran, serta belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan terstruktur.

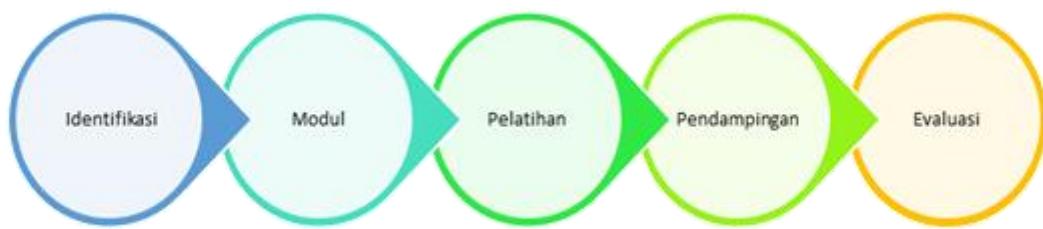
### 2. Penyusunan Materi dan Desain Program

Berdasarkan hasil asesmen, tim pelaksana menyusun modul pelatihan yang aplikatif dan sesuai kebutuhan. Materi pelatihan difokuskan pada tiga tema utama:

- a. Pengenalan Digital Marketing: meliputi strategi promosi melalui media sosial,

- pembuatan konten visual, teknik menulis promosi (copywriting), dan interaksi dengan pelanggan.
- b. Manajemen Keuangan Syariah: mencakup prinsip dasar pengelolaan keuangan sesuai syariah, pencatatan transaksi, pengelolaan utang piutang, serta perencanaan kas usaha.
  - c. *Affiliate marketing*: memperkenalkan peluang usaha tanpa modal besar melalui sistem afiliasi, meliputi pemilihan *platform*, cara promosi yang sesuai etika, dan analisis performa promosi.
- Seluruh modul dikemas dalam bentuk slide presentasi, lembar kerja latihan, serta panduan praktis yang mudah diakses oleh peserta.
3. Pelatihan Intensif
- Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka selama dua hari di lokasi yang telah disepakati bersama. Proses pembelajaran menggunakan metode:
- a. Workshop interaktif berbasis learning by doing, yang melibatkan diskusi kelompok, simulasi penggunaan media sosial, serta praktik pencatatan keuangan.
  - b. Materi disampaikan oleh narasumber dari kalangan praktisi digital marketing dan konsultan keuangan syariah, agar peserta memperoleh wawasan yang relevan dan aplikatif.
4. Pendampingan dan Monitoring
- Untuk memastikan keberlanjutan program, peserta didampingi selama satu bulan setelah pelatihan dengan mekanisme:
- a. Forum diskusi melalui *WhatsApp Group*, yang digunakan sebagai media tanya jawab, berbagi materi lanjutan, serta motivasi harian.
  - b. Kunjungan lapangan ke 10 peserta terpilih, guna mengamati implementasi strategi pemasaran digital dan pencatatan keuangan secara langsung di tempat usaha.
  - c. Sesi klinik bisnis daring, yang diselenggarakan dua kali untuk memfasilitasi konsultasi teknis dan pemecahan masalah secara individu.
5. Evaluasi dan Pengukuran Dampak
- Capaian program dievaluasi menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Indikator pengukuran mencakup:
- a. Indikator Kuantitatif
    - a) Tes awal dan tes akhir (*pre-test* dan *post-test*) untuk menilai peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.
    - b) Persentase peserta yang mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, dengan target minimal 70% dari total peserta.
    - c) Jumlah peserta yang mengembangkan akun bisnis di media sosial atau bergabung dengan *platform* afiliasi sebagai bentuk penerapan hasil pelatihan.
  - b. Indikator Kualitatif
    - a) Perubahan sikap dan cara pandang peserta terhadap pentingnya pengelolaan usaha dan keuangan berbasis syariah, yang diukur melalui wawancara dan testimoni.
    - b) Dampak sosial dan ekonomi, seperti peningkatan keterampilan dalam memasarkan produk secara digital dan peningkatan pendapatan usaha.
    - c) Keterlibatan aktif dalam forum pendampingan, yang menjadi indikator antusiasme dan penerapan nyata dari materi pelatihan.

Secara keseluruhan, keberhasilan program ini diukur dari peningkatan pengetahuan, perubahan perilaku, serta kemampuan peserta dalam mengelola usaha secara mandiri, profesional, dan sesuai prinsip syariah.



**Gambar 1.** Tahapan alur program

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Pelatihan Digital Marketing dan Perencanaan Keuangan Syariah pada Anggota Nasiyatul Aisyiyah Ponorogo" telah dilaksanakan secara bertahap dan sistematis selama dua bulan. Program ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan peningkatan kapasitas perempuan pelaku usaha mikro yang tergabung dalam organisasi Nasiyatul Aisyiyah Cabang Siman, Ponorogo, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan syariah dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk.

### Pencapaian Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahapan utama, yakni pelatihan intensif, pendampingan berkelanjutan, dan evaluasi hasil. Workshop awal dilakukan selama dua hari, dengan metode ceramah interaktif dan praktik langsung mengenai digital marketing dan perencanaan keuangan berbasis syariah. Selanjutnya, dilakukan pendampingan secara daring melalui grup *WhatsApp* dan kunjungan lapangan untuk memastikan implementasi materi oleh peserta. Tahap akhir dilakukan evaluasi dengan metode *pre-test* dan *post-test*, serta pengamatan lapangan dan wawancara kepada peserta.

Berdasarkan hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya. Hasil *pre-test* menunjukkan rata-rata pemahaman awal peserta berada pada angka 54%, sementara skor *post-test* meningkat menjadi 76%, atau terjadi kenaikan sebesar 41%. Selain itu, sebanyak 80% peserta mulai melakukan pencatatan transaksi harian, baik secara manual maupun digital, dengan memanfaatkan template yang telah diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian [Amalia, Sunarso, and Oktovita Sari, \(2025\)](#) yang menyatakan bahwa pemahaman literasi keuangan memiliki peran krusial sebagai fondasi utama dalam mewujudkan kesejahteraan ekonomi di masa depan, baik secara individu maupun dalam lingkup sosial di sekitarnya.

Dalam aspek pemasaran digital, sebanyak 60% peserta telah memiliki akun bisnis di *platform* media sosial dan secara aktif mempromosikan produk. Bahkan, 33% peserta sudah mengikuti program *affiliate marketing* melalui *platform* seperti Shopee dan TikTok, menunjukkan adanya antusiasme tinggi terhadap peluang penghasilan tambahan dari aktivitas daring.

Penelitian oleh [Hamzah, Mulyana, and Faisal \(2023\)](#) menyatakan juga bahwa program *affiliate marketing* merupakan salah satu inovasi dalam upaya pemberdayaan ekonomi, yang ke depannya diprediksi akan terus berkembang menuju model ekonomi koperatif yang lebih berkeadilan dan berorientasi pada kesejahteraan.

### Dampak Perubahan Sosial dan Ekonomi

#### 1. Perubahan Jangka Pendek

Perubahan signifikan terlihat pada aspek kepercayaan diri peserta. Mereka kini lebih percaya diri dalam mempresentasikan produk, membuat konten promosi yang menarik, serta

mengelola laporan keuangan sederhana. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas literasi digital dan finansial. Beberapa peserta juga melaporkan peningkatan omset usaha sebesar 15-25% dalam kurun waktu satu bulan setelah pelatihan, sebagai hasil dari ekspansi pemasaran melalui media digital. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyono et al., (2025) bahwa terdapat peningkatan pemasaran online ataupun offline dan efisiensi biaya, waktu, tenaga serta peningkatan kuantitas dan kualitas produk setelah mengikuti pelatihan digital marketing.

## 2. Perubahan Jangka Panjang (Potensial)

Dampak jangka panjang yang mulai terlihat adalah terbentuknya komunitas digital bisnis berbasis syariah, yang dikelola secara swadaya oleh para peserta. Komunitas ini aktif dalam diskusi tematik bulanan dan berbagi praktik baik melalui *platform WhatsApp*. Selain itu, pengurus Nasyiatul Aisyiyah menyampaikan komitmennya untuk mereplikasi program ini di cabang-cabang lain, guna memperluas manfaatnya.

## Keunggulan dan Kelemahan Kegiatan

Keunggulan:

1. Materi pelatihan dirancang berdasarkan kebutuhan spesifik peserta dengan pendekatan praktis, sehingga mudah dipahami dan diterapkan.
2. Integrasi prinsip keuangan syariah memberikan nilai tambah ideologis dan moral yang relevan dengan identitas organisasi mitra.
3. Format pelatihan bersifat modular dan berbasis teknologi sederhana, sehingga mudah direplikasi oleh kelompok masyarakat lain yang memiliki karakteristik serupa.

Kelemahan:

1. Beberapa peserta mengalami keterbatasan akses terhadap perangkat dan jaringan internet yang stabil, yang berdampak pada efektivitas pendampingan daring.
2. Perbedaan tingkat literasi digital menyebabkan peserta belajar dengan kecepatan yang bervariasi, sehingga sebagian memerlukan waktu lebih banyak dalam memahami materi.

## Tingkat Kesulitan dan Peluang Pengembangan

Tantangan utama dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah keterbatasan durasi pelatihan, sehingga tidak semua materi dapat disampaikan secara mendalam. Selain itu, proses adaptasi terhadap teknologi baru masih menjadi kendala, mengingat sebagian peserta belum terbiasa menggunakan aplikasi digital.

Namun demikian, peluang pengembangan program ini sangat terbuka. Tim pengabdian merancang pengembangan modul lanjutan dalam bentuk video tutorial dan *e-book* yang dapat diakses secara mandiri. Selain itu, terbuka kemungkinan menjalin kerja sama dengan *platform marketplace* lokal, guna menyediakan kanal pemasaran kolektif bagi produk peserta. Tim juga tengah mengembangkan prototipe aplikasi pencatatan keuangan syariah sederhana berbasis spreadsheet otomatis.

## Dokumentasi Kegiatan

Sebagai luaran kegiatan, disusun dokumentasi visual dan tekstual yang merepresentasikan proses dan hasil kegiatan. Beberapa dokumentasi penting meliputi:

1. Foto suasana pelatihan hari pertama yang menunjukkan antusiasme peserta



**Gambar 2.** Suasana praktik perencanaan keuangan

2. Contoh laporan keuangan sederhana hasil praktik peserta  
a. *Budgeting* dengan Hutang (75% Living, 20% Saving, 5% Playing)

**Tabel 1.** Contoh *Budgeting* dengan hutang

Kategori	Persentase	Jumlah (Rp)	Keterangan
<b>Living</b>	75%	1.500.000	Kebutuhan pokok, cicilan, utang
<b>Saving</b>	20%	400.000	Tabungan darurat, investasi kecil
<b>Playing</b>	5%	100.000	Rekreasi, self-reward
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>2.000.000</b>	

- b. *Budgeting* tanpa Hutang (50% Living, 20% Saving, 30% Playing)

**Tabel 2.** Contoh *Budgeting* tanpa hutang

Kategori	Persentase	Jumlah (Rp)	Keterangan
<b>Living</b>	50%	1.000.000	Kebutuhan harian & keluarga
<b>Saving</b>	20%	400.000	Tabungan, investasi
<b>Playing</b>	30%	600.000	Hiburan, liburan, self-improvement
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>2.000.000</b>	

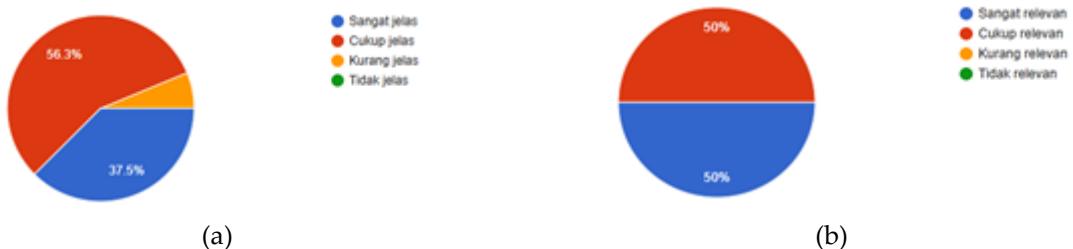
### 3. Penerapan Sistem Pencatatan Keuangan Sederhana

Peserta didampingi untuk membuat pencatatan arus kas pribadi atau usaha secara manual maupun digital (menggunakan template Excel). Hasil pendampingan menunjukkan 75% peserta telah mampu mencatat pendapatan dan pengeluaran secara rutin. Penelitian oleh [Pebriani and Sari \(2021\)](#) juga menjeaskan bahwa literasi keuangan sebagai landasan untuk mencapai kesejahteraan ekonomi di masa depan, baik untuk diri sendiri maupun bagi lingkungan sekitar.

**Tabel 3.** Tingkat Penerapan Pencatatan Keuangan

Kategori	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Sudah mencatat rutin	24	75
Belum mencatat	8	25

### 4. Dampak Program terhadap Kemandirian Finansial



**Gambar 3.** Kejelasan dan relevansi pemaparan materi tentang Manajemen Finansial (a) Pemaparan tentang Manajemen Finansial; (b) Relevansi materi tentang Manajemen Finansial

Dari hasil survei di atas relevansi dan kejelasan materi yang disampaikan oleh pemateri menunjukkan hasil yang berdampak. Kejelasan pemaparan materi yang diterima peserta menunjukkan 56,3 % sangat jelas diterima peserta dan 50% sangat relevan dikehidupan sehari-hari peserta.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan secara bertahap dan melibatkan partisipasi aktif dari anggota Nasiyatul Aisyiyah Cabang Siman. Berikut adalah hasil kegiatan yang telah dicapai berdasarkan tahapan metode pelaksanaan:

#### a. Peningkatan Literasi Digital Marketing

Sebelum pelatihan, hanya sekitar 20% peserta yang memahami konsep dasar digital marketing. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta dalam mengenal peluang menjadi affiliator *marketplace*. Hasil menunjukkan peningkatan skor rata-rata peserta dari 54% (*pre-test*) menjadi 76% (*post-test*). Sebanyak 80% peserta mulai melakukan pencatatan keuangan, 60% memanfaatkan media digital untuk promosi, dan 33% bergabung dalam program *affiliate marketing*.

**Tabel 4.** Ringkasan Capaian Target vs Realisasi

Indikator	Target	Realisasi
Skor pemahaman <i>post-test</i>	$\geq 65\%$	76%
Pencatatan keuangan	$\geq 70\%$	80%

Indikator	Target	Realisasi
Adopsi digital marketing	≥50%	60%
Affiliate marketing	≥25%	33%

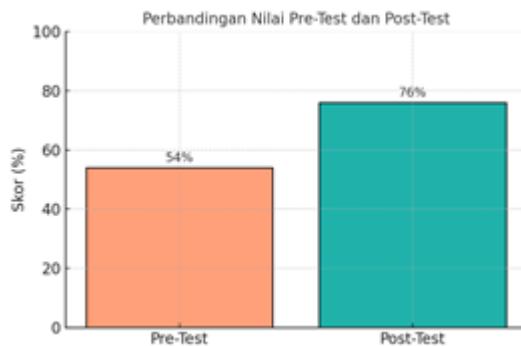
**Tabel 5.** Peningkatan Pemahaman Digital Marketing

Aspek Pengetahuan	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)
Penggunaan Media Sosial	40	85
Pembuatan Konten Produk	25	80
Pemahaman Affiliate marketing	10	70

Sumber: Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Peserta, 2025

##### 5. Kejelasan dan relevansi pemaparan materi tentang Digital Marketing

Dari hasil survei sesuai **Gambar 3**, relevansi dan kejelasan materi yang disampaikan oleh pemateri menunjukkan hasil yang berdampak. Kejelasan pemaparan materi yang diterima peserta menunjukkan 50 % sangat jelas diterima peserta dan 56,3 % sangat relevan dikehidupan sehari-hari peserta. Peserta mengerjakan post test setelah pelatihan dengan hasil bahwa ada peningkatan pemahaman tentang materi yang disampaikan.

**Gambar 4.** Grafik pretest dan post test pelatihan financial planner dan digital marketing

Grafik di atas menunjukkan peningkatan skor rata-rata peserta dari 54% (*pre-test*) menjadi 76% (*post-test*), menandakan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi digital marketing dan perencanaan keuangan syariah.

“Affiliate bisa menambah penghasilan, dalam satu bulan saya sudah mendapatkan lebih dari 600.000 untuk menambah uang jajan,” - *Salma, Peserta Pelatihan* –

“Alhamdulillah dari materi digital marketing ini saya lebih termotivasi untuk memasarkan produk dari berbagai platform,” - *Marwa, Peserta Pelatihan* –

Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, sebagian besar peserta mulai menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha, membuat konten promosi. Hal ini sejalan dengan penelitian **Adhitya, dkk (2021)** bahwa konten yang kreatif bisa meningkatkan penjualan. Dalam perencanaan keuangan, peserta sadar dan mampu mengatur keuangan pribadi mereka sehingga cashflow rumah tangga lebih tertata. Temuan ini sejalan dengan riset **Pebriani and Sari (2021)** yang mengungkapkan banyak peserta setelah mengetahui tentang

perencanaan keuangan mampu menyusun dan mengalokasikan anggaran keluarga.

#### 6. Dampak Sosial-Ekonomi

Peserta melaporkan peningkatan rasa percaya diri dalam promosi digital, serta kenaikan omset usaha 15–25% dalam 1 bulan. Hal ini mendukung temuan [Suwarsi et al. \(2022\)](#); [Mardiana et al. \(2025\)](#) bahwa literasi keuangan berkontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan, dan sejalan dengan [Trianto, Barus, and Sabiu \(2021\)](#); [Syahnur et al. \(2024\)](#); [Suwarsi et al. \(2022\)](#) tentang adopsi digital marketing pada UMKM.

#### 7. Diskusi Keterbatasan

- a. Durasi pelatihan relatif singkat sehingga pendalamannya terbatas.
- b. Tingkat literasi digital peserta bervariasi, sehingga implementasi tidak seragam.
- c. Evaluasi dampak masih terbatas pada jangka pendek (*post-test* dan testimoni).

Kendati demikian, integrasi literasi keuangan syariah dan digital marketing terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan komunitas perempuan berbasis organisasi.

## KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan digital marketing dan perencanaan keuangan syariah bagi anggota Nasyiatul Aisyiyah Cabang Siman, Ponorogo, berhasil mencapai target yang ditetapkan dengan tingkat ketercapaian yang signifikan, terlihat dari peningkatan pemahaman peserta (skor *post-test* naik dari 54% menjadi 76%), 80% peserta mulai menerapkan pencatatan keuangan, dan 60% aktif memasarkan produk secara digital. Metode kolaboratif-partisipatif yang digunakan terbukti tepat dalam menjawab permasalahan rendahnya literasi digital dan keuangan syariah yang dihadapi mitra. Dampak kegiatan meliputi peningkatan kapasitas usaha, keberanian dalam menjangkau pasar daring, serta terbentuknya komunitas bisnis syariah yang aktif. Untuk pengembangan program selanjutnya, disarankan adanya pelatihan lanjutan berbasis video tutorial dan *e-book*, serta pengembangan aplikasi pencatatan keuangan syariah sederhana guna memperkuat praktik berkelanjutan dalam pengelolaan usaha dan keuangan peserta.

Kegiatan pelatihan digital marketing dan perencanaan keuangan syariah bagi anggota NA Siman berhasil meningkatkan kapasitas peserta secara signifikan, ditunjukkan dengan peningkatan skor *post-test*, praktik pencatatan keuangan, dan adopsi strategi pemasaran digital.

### Implikasi praktis:

- a. Bagi UMKM: meningkatkan daya saing melalui pencatatan keuangan syariah dan pemasaran digital.
- b. Bagi organisasi Perempuan: menjadi model pemberdayaan komunitas berbasis literasi digital-keuangan.
- c. Bagi pemerintah daerah: dapat dijadikan rujukan program peningkatan kapasitas UMKM perempuan.

### Rekomendasi:

- a. Pengembangan modul lanjutan berbasis video tutorial dan *e-book*.
- b. Pengembangan aplikasi pencatatan keuangan syariah sederhana yang terintegrasi dengan *marketplace*.
- c. Studi lanjutan dengan evaluasi jangka panjang untuk melihat dampak ekonomi yang lebih berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat Muhammadiyah atas dukungan pendanaan melalui program Hibah Riset Muhammadiyah (RisetMu) yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan

pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan dan anggota Nasyiatul Aisyiyah Cabang Siman, Ponorogo, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan selama pelaksanaan program. Penghargaan juga kami sampaikan kepada seluruh narasumber, fasilitator, dan tim pelaksana atas dedikasi dan kontribusinya dalam menyuksekan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Galant Nanta, Novi Wulandari, Nurika Arum Sari, Zita Gessa, Didan Aurel, and Pegita Rianinda. 2021. "Creative Content Writing in Digital Promotion and Marketing To Increase Recognition and Sales of Kald . Id Products." *Prosiding Seminar Nasional* 3(1):92–103.
- Albanjari, F. R., & Syakarna, N. F. R. (2022). Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Berpinsip Syariah Islam. *MUSYARAKAH: Journal of Sharia Economics (MJSE)*, 2, 109-120.
- Amalia, N., Sunarso, S., & Oktovita Sari, P. (2025). Membangun Generasi Muda yang Mandiri dan Melek Keuangan Melalui Financial Literacy pada Karang Taruna Trisakti Wonogiri. *Jurnal SOLMA*, 14(1), 172–183. <https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.17099>
- Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan. (2024). *Pendidikan literasi finansial: Panduan implementasi untuk satuan pendidikan dan pemangku kepentingan*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Choerudin, A., Zulfachry, Widayawati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). *Literasi keuangan*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi. ISBN: 978-623-198-379-4
- Choerudin, Achmad, Zulfachry, Rahmatya Widayawati, Lady Diana Warpindyastuti, Jana Siti Nor Khasanah, Budi Harto, Nita Fauziah, Muhammad Irfai Sohilauw, Lucky Nugroho, Judi Suharsono, and Santi Paramita. 2023. *Literasi Keuangan*.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Hamzah, Muchammad Wilianto, Asep Mulyana, and Yudi Ahmad Faisal. 2023. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Affiliate marketing* Dan Peningkatan Pendapatan Afiliator." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17(5):3241. <http://dx.doi.org/10.35931/aq.v17i5.2635>
- Idris, M. ., Putri, A. K. ., & Kusuma, Y. B. (2024). Strategi Pengembangan Umkm untuk Meningkatkan Ekonomi Desa Jatipasar. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 378–381. Retrieved from [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA\\_JPM/article/view/792](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/792)
- Kadek Novayanti Kusuma Dewi, & Luh Putu Mahyuni. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Lusardi, A., Michaud, P.-C., & Mitchell, O. S. (2020). Assessing the impact of financial education programs: A quantitative model. *Economics of Education Review*, 78, 101899. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2019.05.006>
- Mardiana, et al. 2025. "GROWING THE PERFORMANCE OF SMEs." 23(1):63–74.
- Mulyono, S., Hendrasto, F., Aprilia, M. E., Putra, O. S., Fitri, B. R. N., & Angga, K. O. (2025). Peningkatan Kapasitas Bisnis UMKM Alas Kaki Melalui Digital Marketing dan Tatakelola Keuangan . *Jurnal SOLMA*, 14(1), 143–153. <https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.18241>

- 
- Nadiya, N. N., Shevia, S., Kamilatunaimah, M., Huang, C., & Fahlevi, R. (2022). Strategi digital marketing menggunakan media sosial dan *e-commerce* dalam pengembangan bisnis UMKM Yasmin's Brownies. *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*, 1(4), 259–271. <https://doi.org/10.54259/manabis.v1i4.1379>
- Pamela, Nurliza, & Nugraha, A. (2023). Financial Recording Training for Food MSME in Pontianak Kemuning Market: Pelatihan Pencatatan Keuangan UMKM Pangan di Pasar Kemuning Pontianak. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 1039–1046. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i4.11969>
- Pebriani, Reny Aziatul, and Rafika Sari. 2021. "Pelatihan Mengatur Keuangan Keluarga Melalui Perencanaan Keuangan Untuk Ibu-Ibu Di Desa Karang Bindu Prabumulih." *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 4(2):127. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.4034>
- Pimpinan Pusat Nasiatul Aisyiyah. (2023). *Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Nasiatul Aisyiyah*. Yogyakarta: Pimpinan Pusat Nasiatul Aisyiyah.
- Raafi'udin\*, R., Rosmawarni, N., Dewi, C. N. P., & Edyana, F. (2024). Digital Empowerment:Improving Dasawisma's Capabilities in Online Marketing and Sales Through the Marketplace: Digital Empowerment: Peningkatan Kapabilitas Dasawisma Dalam Pemasaran Dan Penjualan Online Melalui Marketplace. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 1804–1812. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i6.22099>
- Rea, J. K., Danes, S. M., Serido, J., & Shim, S. (2019). "Being able to support yourself": Young adults' meaning of financial well-being through family financial socialization. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(2), 250–268. <https://doi.org/10.1007/s10834-018-9602-7>
- Rudi Yanto, Lis Suryadi, Hendri Irawan, & Ita Novita. (2023). Penerapan Web *E-commerce* Pada Toko Rage Toys. *KRESNA: Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21–30. <https://doi.org/10.36080/kresna.v3i1.72>
- Suwarsi, Aqidah Asri, Aninta Gina Sharfina, and Anisatun Anggraeni. 2022. "Portrait of MSMEs' Islamic Financial Literacy and The Impact on Business Development." *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 18(1). <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v18i1.12991>
- Syahnur, Khaerunnisa Nur Fatimah, Rahmat Syarif, and Arianti. 2024. "The Effect of Digital Financial Literacy and Digital Financial Inclusion on Women's Entrepreneurship Empowerment." *Jurnal Manajemen Bisnis* 11(1):175–87. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.662>
- Syakarna, n. F. R., rohman albanjari, f., candra kusuma, m., & studi ekonomi syariah, p. (2023). Pendampingan pengelolaan keuangan syariah bagi masyarakat prasejahtera desa sidomulyo kecamatan pule, kabupaten trenggalek. *Community development journal*, 4(3), 6795–6800.
- Trianto, Budi, Elida Elfi Barus, and Tasiu Tijjani Sabiu. 2021. "Relationship Between Islamic Financial Literacy, Islamic Financial Inclusion and Business Performance : Evidence from Culinary Cluster of Creative Economy." *Ikonomika* 6(1):19–38. <https://doi.org/10.24042/fibi.v6i1.7946>