



## **Sosialisasi Literasi Keuangan Keluarga Dan Digital Marketing Pada Pembinaan Kesejahteraan Keluarga Di Desa Tambak Batu**

### *Socialization of Family Financial Literacy and Digital Marketing in Fostering Family Welfare in Tambak Batu Village*

<sup>1</sup>Anjar Safitri\*, <sup>2</sup>Herdian Farisi, <sup>3</sup>Melli Andini

<sup>1</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia, Email: [anjar.safitri.90@gmail.com](mailto:anjar.safitri.90@gmail.com)\*

<sup>2</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia, Email: [herdianfarisiunu@gmail.com](mailto:herdianfarisiunu@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia, Email: [melliandini30@gmail.com](mailto:melliandini30@gmail.com)

#### **Article Info**

Article history :

Received : 16-02-2024

Revised : 20-02-2024

Accepted : 22-02-2024

Published : 24-02-2024

#### **Abstract**

*The resilience of the nation is realized from family resilience, one of which is realized by a people's economy based on Pancasila. The current reality of high crime, expensive access to education, economic injustice and other social turmoil shows the low values of Pancasila in people's lives. The problem of the low values of Pancasila in society can be seen in the condition of families in Tambak Batu Village. This can be seen from economic and social inequality, which is caused by low income due to low entrepreneurial spirit and lack of family financial management knowledge. The goal to be achieved in this empowerment activity is to socialize financial literacy knowledge and foster entrepreneurial spirit through digital marketing sharing. The method of implementing community empowerment is by sharing the socialization of financial knowledge and digital marketing, namely by (1). Motivating people in Tambak Batu Village to be economically independent (2) Socializing digital marketing (3) Socializing simple financial calculations, and (4). Publish the results of community service in national scientific journals. The results to be achieved are: individuals who are able to manage family finances and have an entrepreneurial spirit to be economically independent*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Finances, Digital Marketing*

#### **Abstrak**

Ketahanan bangsa terwujud dari ketahanan keluarga yang diwujudkan salah satunya dengan ekonomi kerakyatan yang berlandaskan pancasila. Realita saat ini tingginya kriminalitas, mahalnnya akses pendidikan, ketidakadilan ekonomi dan gejolak sosial lain menunjukkan rendahnya nilai-nilai pancasila dalam kehidupan masyarakat. Permasalahan rendahnya nilai-nilai pancasila di masyarakat terlihat dalam kondisi keluarga di Desa Tambak Batu. Hal ini terlihat dari ketimpangan ekonomi dan sosial, yang disebabkan rendahnya pendapatan karena rendahnya semangat wirausaha dan kurangnya ilmu manajemen keuangan keluarga. Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pemberdayaan ini adalah untuk mensosialisasikan ilmu literasi keuangan dan menumbuhkan semangat kewirausahaan lewat sharing pemasaran digital. Metode pelaksanaan pemberdayaan masyarakat yaitu dengan sharing sosialisasi ilmu keuangan dan pemasaran digital, yakni dengan (1). Memotivasi masyarakat di Desa Tambak Batu untuk mandiri secara ekonomi (2)



Mensosialisasikan *digital marketing* (3) Mensosialisasikan perhitungan keuangan sederhana, dan (4). Terpublikasikannya hasil pengabdian masyarakat di jurnal ilmiah nasional. Hasil yang ingin dicapai adalah: individu yang mampu untuk mengatur keuangan keluarga dan memiliki semangat kewirausahaan agar mandiri secara ekonomi.

**Kata Kunci : Kewirausahaan, Keuangan, Digital Marketing**

## **PENDAHULUAN**

Saat ini kondisi ketahanan nasional berada pada kondisi yang kurang baik, hal ini terlihat dari mudurnya nilai-nilai Pancasila dalam segala ranah kehidupan. Hal ini terlihat dari tingginya kriminalisasi, ketidakadilan dalam berbagai aspek kehidupan, kapitalisasi ekonomi dan gejolak sosial lain akibat negatif dari globalisasi yang yang tidak berpegang teguh pada Pancasila (Purnomo, 2010) Ketahanan nasional terwujud dari ekonomi kerakyatan, yang mewujudkan kesejahteraan untuk seluruh keluarga untuk menjadi keluarga tangguh (Purnomo 2010). Ketahanan keluarga untuk mewujudkan keluarga yang tangguh, mandiri secara ekonomi dan berwawasan global. Salah satu kuncinya ada di ibu sebagai kunci rumah tangga. Kemandirian ekonomi menciptakan kecukupan pemenuhan materil dan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan spiritual.

Kemandirian ekonomi dapat diwujudkan dengan pemberdayaan keluarga untuk berbisnis secara produktif. Salah satu bentuk ketahanan nasional adalah keadilan dalam ekonomi yang memberikan kesejahteraan bagi rakyat dengan nilai-nilai Pancasila (Purnomo, 2010). Keluarga tidak berdaya disebabkan oleh kondisi pendapatan yang rendah. Pendapatan yang rendah disebabkan karena mata pencaharian yang bergantung pada suatu pekerjaan yang memiliki hasil yang rendah, dan ketidakmampuan mengatur keuangan. Huston (2010) memaparkan kesalahan mengelola keuangan dapat berdampak negatif pada kesejahteraan individu dan berdampak negatif pada setiap kehidupan eksternal pada kehidupan individu yang merupakan bagian dari masyarakat.

Purwokerto merupakan salah satu kota di Kabupaten Banyumas yang memiliki kepadatan penduduk yang bervariasi. Salah satu desa di Purwokerto yaitu Tambak Batu Karangpucung. Desa Tambak Batu merupakan salah satu desa di Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah yang berada di pinggiran kota Desa Tambak Batu ini memiliki kondisi masyarakat bervariasi, namun 50% lebih termasuk menengah bawah. Berdasarkan penuturan Resti salah satu kader PKK, Kondisi ekonomi masih rendah dan semangat kewirausahaan belum tinggi.

Perekonomian di Indonesia memang terus berkembang, namun kemajuan ekonomi ini hanya dinikmati oleh golongan masyarakat tertentu, rakyat kecil yang mayoritas malah sulit perekonomiannya, sehingga pergerakan ekonomi rakyat lumpuh (Purnomo, 2010). Hal ini terlihat nyata di desa Tambak Batu, kondisi ekonomi yang menengah bawah, kesejahteraan termasuk kategori rendah, dan banyak wanita yang bekerja sebagai asisten rumah tangga karena untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Pendidikan anak di desa Tambak Batu kebanyakan SMA, masih minim yang mengenyam pendidikan tinggi. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu lurah, di Desa Tambak Batu termasuk tinggi tingkat KDRT yang disebabkan oleh ekonomi yang rendah.



Ekonomi yang masih rendah berdampak pada pendidikan yang rendah, akses ilmu yang minim, kekerasan dan ketidakharmonisan dalam rumah tangga. Jika dibiarkan, maka hal ini akan merusak ketangguhan keluarga yang berdampak pada ketangguhan nasional. Berdasarkan penuturan warga di desa Tambak Batu, masyarakat di desa Tambak Batu secara gaya hidup sudah mengikuti gaya hidup perkotaan. Hal ini terlihat dari sering healing, rekreasi, makan diluar, belanja online dan mengikuti tren terkini. Ada beberapa warga juga yang terjerat pinjam online hingga bertumpuk bunga karena gaya hidup yang tidak sesuai dengan pendapatan.

Pendapatan yang rendah sebenarnya bisa di solusikan dengan menaikkan pendapatan, sehingga meningkatkan pemasukan keuangan keluarga. Peningkatan pemasukan bisa dilakukan dengan menambah sumber pendapatan melalui usaha/bisnis kecil yang saat ini bisa memanfaatkan teknologi informasi. Masyarakat di desa Tambak Batu enggan melakukan bisnis karena melihat realita yang kebanyakan membuka usaha tidak lama dan tutup. Bisnis kecil menjadi tutup umumnya karena penjualan rendah disebabkan oleh pemasaran yang tidak maksimal. Biasanya permasalahan bisnis kecil yang dihadapi pada umumnya terkait pemasaran. Usaha bisnis kecil kesulitan untuk memasarkan untuk mendapat jangkau konsumen yang lebih luas. Melalui digital marketing diharapkan bisa menjadi solusi untuk memberdayakan masyarakat.

Solusi kedua yaitu melakukan manajemen keuangan keluarga dengan baik. Manajemen keuangan keluarga saat ini belum banyak didapatkan dan diketahui oleh banyak pihak. Hal ini dikarenakan akses untuk mengetahui ilmu tersebut membutuhkan biaya yang cukup tinggi. Huston (2007) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi akan menghasilkan pengelolaan keuangan yang baik. Meliza Silvi dan Norma Yulianti (2013) memperoleh bukti bahwa tingkat pengetahuan merupakan hal yang penting karena memungkinkan individu untuk memahami pengelolaan keuangan keluarga serta memiliki perilaku penghematan.

Berdasarkan latar belakang diatas kami bermaksud mengajukan pengabdian masyarakat di desa Tambak Batu dalam bentuk sosialisasi terkait perencanaan keuangan keluarga dan pemasaran bisnis digital untuk usaha kecil. Diharapkan melalui kegiatan ini masyarakat di desa Tambak Batu memahami ilmu dan praktek pemasaran bisnis digital dan mengetahui ilmu serta penerapan perencanaan keuangan, dalam upaya peningkatan kondisi ekonomi keluarga dalam rangka mewujudkan keluarga yang tangguh.

## **METODE**

Dari permasalahan yang teridentifikasi tersebut di atas maka kerangka konsep solusi alternatif yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

### **A. Aspek Manajemen Pengelolaan Keuangan**

Pada aspek manajemen difokuskan pada pengembangan manajemen pengelolaan sistem keuangan keluarga yaitu pembuatan model perhitungan uang masuk uang keluar dan



perhitungan neraca terkait aset, hutang, dan pelatihan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan. Tahap-tahap kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survei dan analisis kebutuhan sistem keuangan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.
2. Mendesain model keuangan keluarga.
3. Mengimplementasikan model keuangan keluarga.
4. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian model keuangan kepada Mitra.

**Tabel 1. Input dan Output Aspek Literasi Keuangan**

Input :	Ibu-Ibu yang belum mengetahui ilmu Literasi keuangan keluarga
Output :	Ibu-Ibu yang mengetahui ilmu Literasi keuangan keluarga

**Sumber: Data Primer, 2023**

**Tabel 2 Indikator dan Target Capaian Program Aspek Literasi Keuangan**

NO	Indikator	Target
1.	Mengikuti Sosialisasi	Seluruh kader 100%
2.	Mampu menjelaskan pengertian literasi keuangan	75%
3.	Mampu menjelaskan pembagian proporsi uang keluarga	75%
4.	Mampu menjelaskan step-step pembagian keuangan keluarga	75%
5.	Mampu menggunakan aplikasi keuangan individu	75%

**Sumber: Data Primer, 2023**

## B. Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran difokuskan pada pembuatan facebook, IG, marketplace dengan profil usaha, spesifikasi produk yang tersedia, dan tata cara pemesanan. Tahap-tahap kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survei dan analisis kebutuhan konten dan kemampuan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.



2. Mendesain website, facebook, instagram, tiktok, youtube dan market place yang berisi profil dan pemasaran usaha kecil.
3. Mengimplementasikan mengaktifkan facebook, instagram, tiktok, youtube dan market place.
4. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian digital marketing kepada Mitra, terutama untuk facebook marketing.

**Tabel 3. Input dan Output Aspek Digital Marketing**

Input :	Ibu-Ibu yang belum mengetahui ilmu Digital Marketing
Output :	Ibu-Ibu yang mengetahui ilmu Digital Marketing

**Sumber: Data Primer, 2023**

**Tabel 4. Indikator dan Target Capaian Program Aspek Digital Marketing**

NO	Indikator	Target
1.	Mengikuti Sosialisasi Digital Marketing	Seluruh kader 100%
2.	Mampu menjelaskan pengertian Digital Marketing	75%
3.	Mampu menjelaskan jenis-jenis media Digital Marketing	75%
4.	Mampu menjelaskan step-step menggunakan media sosial untuk bisnis.	75%
5.	Mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran	75%

**Sumber: Data Primer, 2023**

Dalam melaksanakan program-program yang telah diuraikan diatas dibutuhkan partisipasi mitra. Bentuk partisipasi mitra tersebut antara lain adalah:

1. Bersedia berdiskusi dan berpartisipasi aktif bersama tim pelaksana dalam pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan.
2. Ikut memberikan saran dan masukan dalam mendesain model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing.
3. Ikut serta dalam uji coba dan demonstrasi model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing, dengan menyiapkan sarana dan prasarana yang dimiliki mitra tempat



demonstrasi.

4. Bersedia bekerjasama secara berkelanjutan.

### C. Teknis Kegiatan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam kurun waktu 2 bulanan dengan diawali survey ke lokasi dan melakukan koordinasi terlebih dahulu kepada pihak mitra. Hal ini dilakukan untuk melihat kondisi lapangan sehingga bisa mengetahui kebutuhan responden pengabdian. Setelah melakukan kesepakatan dan perjanjian kemitraan maka kegiatan PKM mulai dilaksanakan. Kegiatan PKM di desa Tambak Batu dilakukan selama 2 bulanan dilaksanakan di tempat mitra, menyesuaikan dengan tujuan kegiatan. Secara praktis metode pelaksanaan PKM digambarkan dalam bagan berikut ini.



**Gambar 1. Teknis Pelaksanaan**

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Gambar 3.1 kegiatan akan dilakukan selama kurang lebih dua bulan dengan pemantauan dilakukan setiap minggu. Setiap minggu akan dilakukan kegiatan untuk mencapai tujuan PKM ini, ketika salah tujuan sudah berjalan akan diikuti upaya pelaksanaan kegiatan tujuan PKM yang kedua dan seterusnya. Setiap kegiatan nantinya akan tetap dipantau oleh ketua dan akan dipertanggungjawabkan kepada setiap anggota tim sesuai bidang keahliannya.

Kegiatan pengabdian ini memiliki relevansi dengan kebutuhan dalam pengembang masyarakat yang tangguh melalui pemahaman literasi keuangan dan mandiri secara ekonomi lewat bisnis dengan pemasaran digital. Berdasarkan hasil survei sebelum pelaksanaan, kebanyakan masyarakat di desa kecamatan Tambak Batu lebih banyak bekerja sebagai tenaga kerja kasar



dengan gaji rendah, sehingga pendapatan tergolong rendah. Oleh karena itu langkah-langkah yang ditempuh dalam proses pendampingan masyarakat ini adalah:

1. Melakukan pembekalan terlebih dahulu dengan memberikan penjelasan mengenai tujuan dan teknis pendampingan yang akan dilakukan sehingga masyarakat khususnya ibu-ibu kader PKK di Tambak Batu dapat berpartisipasi aktif.
2. Melakukan sharing , tanya jawab dan diskusi terkait bisnis dengan mitra.
3. Menjelaskan instruksi dan sosialisasi dengan jelas program alternatif
4. Mengajak dan memotivasi mitra untuk menerapkan program yang ditawarkan.
5. Mengajak mitra untuk tetap menjalin kerjasama.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini ditargetkan kepada ibu-ibu kader Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Pada tahap awal kegiatan dilakukan *assessment* pada ibu-ibu PKK dengan menyebarkan kuesioner pengetahuan awal. Setelah perijinan pengabdian disetujui, kami mendata warga yang akan mengikuti kegiatan sosialisasi pengabdian tentang keuangan dan pemasaran digital. Setelah terkumpul data kami memutuskan fokus kegiatan pada tema-tema tertentu di bidang keuangan dan pemasaran digital.



**Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Pemasaran Digital dan Literasi Keuangan**

**Sumber: Data Primer, 2023**



Berdasarkan data kuesioner yang terkumpul, ibu-ibu masih minim pengetahuan tentang literasi keuangan, hanya 40% yang mengetahui bagaimana memanager keuangan dengan tepat. Sedangkan pemasaran digital sudah banyak diketahui oleh ibu-ibu kader PKK sekitar 60%, namun mereka masih minim pengetahuan secara khusus pada jenis-jenis pemasaran digital tertentu. Feedback atas kuesioner tersebut kami memutuskan untuk melakukan penentuan tema sosialisasi keuangan pada materi Pengelolaan Keuangan Keluarga Secara Syariah dan pada tema pemasaran digital tentang branding produk.

Sosialisasi awal dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi melalui audio visual. Materi pertama yang disampaikan yaitu tentang Pemasaran Digital mengenai Branding Produk secara digital. Metode ceramah dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai teori, upaya dan pelaksanaan branding secara digital. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 21 Oktober 2023. Materi disampaikan team kami yaitu Bapak Herdian Farisi dengan memberikan materi teori dan contoh real praktek nyata. Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi melalui media audio visual.

#### A. Pembahasan Aspek Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran digital, materi difokuskan pada pembuatan facebook, Instagram, marketplace dengan profil usaha, spesifikasi produk yang tersedia, dan tata cara pemesanan. Tahap-tahap pelaksanaan kegiatan sharing pemasaran digital yaitu adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survei dan analisis kebutuhan konten dan kemampuan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.
2. Mendesain website, facebook, instagram, tiktok, youtube dan market place yang berisi profil dan pemasaran usaha kecil.
3. Mengimplementasikan mengaktifkan facebook, instagram, tiktok, youtube dan market place.
4. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian digital marketing kepada Mitra, terutama untuk facebook marketing.

**Tabel 5. Input dan Output Aspek Digital Marketing**

Input :	Ibu-Ibu yang belum mengetahui ilmu Digital Marketing
Output :	Ibu-Ibu yang mengetahui ilmu Digital Marketing

**Sumber: Data Primer, 2023**

**Tabel 6. Indikator dan Target Capaian Program Aspek Digital Marketing**

NO	Indikator	Target	Capaian
1.	Mengikuti Sosialisasi Digital	Seluruh kader 100%	100%



	Marketing		
2.	Mampu menjelaskan pengertian Digital Marketing	75%	80%
3.	Mampu menjelaskan jenis-jenis media Digital Marketing	75%	75%
4.	Mampu menjelaskan step-step menggunakan media sosial untuk bisnis.	75%	70%
5.	Mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran	75%	70%

**Sumber: Data Primer, 2023**

Dalam melaksanakan program-program yang telah diuraikan diatas didukung partisipasi mitra. Bentuk partisipasi mitra tersebut antara lain adalah:

1. Bersedia berdiskusi dan berpartisipasi aktif bersama tim pelaksana dalam pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan.
2. Ikut memberikan saran dan masukan dalam mendesain model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing.
3. Ikut serta dalam uji coba dan demonstrasi model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing, dengan menyiapkan sarana dan prasarana yang dimiliki mitra tempat demonstrasi.
4. Bersedia bekerjasama secara berkelanjutan.

Selama pelaksanaan pengabdian, mitra aktif hadir dan mengikuti kegiatan. Beberapa capaian target memang belum tercapai karena beberapa kendala mulai dari usia, dan kondisi ekonomi yang kurang mendukung fasilitas pemasaran digital. Adapun capaian target yang belum tercapai yaitu pada menjelaskan step-step menggunakan media sosial untuk bisnis dan menggunakan media sosial untuk pemasaran belum dipahami oleh seluruh peserta. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari, pada hari pertama tentang pemasaran digital sedangkan pada hari kedua tentang literasi keuangan.

#### B. Pembahasan Aspek Literasi Keuangan

Pada aspek manajemen difokuskan pada pengembangan manajemen pengelolaan sistem keuangan keluarga yaitu pembuatan model perhitungan uang masuk uang keluar dan



perhitungan neraca terkait aset, hutang, dan pelatihan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan. Tahap-tahap kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survei dan analisis kebutuhan sistem keuangan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.
2. Mendesain model keuangan keluarga
3. Mengimplementasikan model keuangan keluarga
4. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian model keuangan kepada Mitra.

**Tabel 7. Input dan Output Aspek Literasi Keuangan**

Input :	Ibu-Ibu yang belum mengetahui ilmu Literasi keuangan keluarga
Output :	Ibu-Ibu yang mengetahui ilmu Literasi keuangan keluarga

**Tabel 8. Indikator dan Target Capaian Program Aspek Literasi Keuangan**

NO	Indikator	Target	Capaian
1.	Mengikuti Sosialisasi	Seluruh kader 100%	100%
2.	Mampu menjelaskan pengertian literasi keuangan	75%	80%
3.	Mampu menjelaskan pembagian proporsi uang keluarga	75%	75%
4.	Mampu menjelaskan step-step pembagian keuangan keluarga	75%	75%
5.	Mampu menggunakan aplikasi keuangan individu	75%	75%

**Sumber: Data Primer, 2023**

Pada hari kedua pelaksanaan program pengabdian, tim pelaksana melakukan sosialisasi terkait Manajemen keuangan keluarga/literasi keuangan keluarga. Materi disampaikan secara teori dulu, mulai dari latar belakang, urgensi, pengertian dan praktek literasi keuangan. Kemudian ibu-ibu PKK diminta untuk mempraktekan literasi keuangan tersebut dalam kehidupan real. Dalam proses penyampaian materi dan praktek antara pemateri dan peserta aktif melakukan sesi diskusi. Berdasarkan hasil capaian target indikator, pada aspek pemasaran



digital sudah terlaksana dengan baik. Hal ini terlihat dari pemahaman teori dan praktek manajemen keuangan keluarga.

### C. Evaluasi dan Keberlanjutan

#### 1. Evaluasi Program

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, diharapkan dapat memberdayakan perempuan, menciptakan wanita yang gemilang, dan menciptakan sinergi yang kuat dalam mencapai tujuan bersama untuk kesejahteraan masyarakat Banyumas. Program pelaksanaan PKM dengan tema literasi keuangan dan pemasaran digital berjalan dengan baik sesuai dengan perencanaan kegiatan bahkan melakukan kegiatan tambahan sesuai dengan permohonan peserta didik, selama masih sesuai dengan tujuan program yang akan dilakukan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dari bulan oktober-November 2023 yang bertempat di desa Tambak Batu. Program yang telah terlaksana yaitu: Pembukaan Pengabdian masyarakat, penyampaian Materi pemasaran digital, penyampaian Materi literasi keuangan, diskusi dan Penutup.

Berdasarkan hasil pelaksanaan, aspek literasi keuangan sudah mencapai yang ditargetkan, sedangkan pada aspek pemasaran digital masih belum tercapai karena tidak semua ibu-ibu PKK dapat mempraktekan materi pemasaran digital. Hal ini terlihat dari jawaban kuesioner para peserta di indikator pada menjelaskan step-step menggunakan media sosial untuk bisnis dan menggunakan media sosial untuk pemasaran belum dipahami oleh seluruh peserta yang masih dibawah target atau dibawah 75%. Maka dari itu perlu ada perbaikan kedepan ketika akan melakukan pengabdian dengan tema sejenis.

#### 2. Keberlanjutan Pelaksanaan Program

Program pengabdian masyarakat ini sangat baik untuk kemajuan masyarakat dan kontribusi perguruan tinggi bagi lingkungan sekitar. Maka dari itu diharapkan program pengabdian masyarakat ini tidak berhenti sampai disini, terus dilanjutkan dalam program yang sama atau searah dengan kegiatan ini. Beberapa hal yang bisa dilakukan untuk keberlanjutan program pengabdian ini yaitu:

- a. Perguruan tinggi atas nama Unu Purwokerto ke depan akan terus melakukan program peningkatan kapasitas kader PKK pada lingkup bidang lain.
- b. Berkolaborasi dengan kader PKK, untuk terus melakukan pembinaan untuk ibu-ibu kader PKK yang berusaha membimbing wanita di Karangklesem.

Dibentuk alumni sosialisasi dengan membuat struktur alumni dan dibina secara online melalui media sosial atau grup Whatsapp, dan facebook.

### KESIMPULAN



## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilakukan pada ibu-ibu kader PKK, dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ini telah meningkatkan pengetahuan, pemahaman, keterampilan, kreatifitas tentang bagaimana mengelola keuangan keluarga dengan baik dan bagaimana melakukan pemasaran digital yang baik dan benar.

### 1. Bagi Dosen dan Mahasiswa Manajemen

- a. Dosen dan Mahasiswa menjadi semakin kaya kegiatan yang berkontribusi untuk masyarakat.
- b. Dosen dan Mahasiswa semakin kompak dan komunikatif dalam membina masyarakat.
- c. Dosen dan Mahasiswa menambah relasi bermitra baik internal maupun dengan eksternal kampus.
- d. Dosen dan Mahasiswa semakin kritis dan berani berkontribusi untuk masyarakat dan memberikan solusi di Masyarakat.

### 2. Bagi Pihak Desa Khususnya Ibu-ibu kader PKK

- a. Desa Khususnya Ibu-ibu kader PKK semakin berkembang dari sisi ekonomi, semakin memiliki dan dekat dengan nilai-nilai keagamaan.
- b. Wanita di desa tahu tentang menjadi ibu istri baik, ibu yg cerdas dan berpengetahuan melalui pengelolaan keuangan yang baik dan memasarkan produk secara digital.

## B. Saran

Saran pada kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Kedepan perlu adanya praktek berkelanjutan terkait dengan pemasaran digital.
2. Perlu ada konsultasi secara individu terkait dengan bagaimana mengelolah keuangan secara tepat pada setiap individu.

Perlu peran instansi terkait baik dari tingkat desa maupun kabupaten untuk membina ibu-ibu PKK dengan kurikulum jelas dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, M. K. (2007). Analisis usaha kecil dan menengah. *Yogyakarta: Andi Offset*.

Alford, P., & Page, S. J. (2015). Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*, 35(11-12), 655-669.

Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 296-316.



---

Bambang Pranowo, M. (2010). Multi Dimensi Ketahanan Nasional. *Pustaka Alvabet. Jakarta.*