



## PEMBERDAYAAN REMAJA MASJID NASRULLAH MELALUI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING

### *EMPOWERING YOUTH AT NASRULLAH MOSQUE THROUGH INCREASING FINANCIAL LITERACY AND DIGITAL MARKETING*

**Anjar Safitri<sup>1</sup>, Hendro Sukoco<sup>2</sup>, Melli Andini<sup>3</sup>, Dede Rahmawati<sup>4</sup>, Rizki Hidayat<sup>5</sup>**

Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia

Email 1 ; [anjar.safitri.90@gmail.com](mailto:anjar.safitri.90@gmail.com)<sup>1</sup>, [hendro5640@gmail.com](mailto:hendro5640@gmail.com)<sup>2</sup>, [melliandini30@gmail.com](mailto:melliandini30@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[dhederahma6@gmail.com](mailto:dhederahma6@gmail.com)<sup>4</sup>, [riskidayat312@gmail.com](mailto:riskidayat312@gmail.com)<sup>5</sup>

#### Article history :

Received : 08-12-2024

Revised : 10-12-2024

Accepted: 12-12-2024

Published: 15-12-2024

#### Abstract

*The younger generation plays an important role in the development of a country's future. Overall, Indonesia's young generation has great potential to bring positive changes in various aspects of national life. However, challenges such as equal access to education, adequate employment opportunities, and environmental protection still need to be addressed to ensure that they can contribute optimally to building a better future for Indonesia. This also happens to the teenagers of Kampung Sri Rahayu. Many teenagers do not develop productively due to the lack of knowledge and access to education caused by the economy. A deep understanding of the causes of this problem is important to develop effective solutions to support the younger generation in facing challenges and taking advantage of opportunities for a better future, including through digital marketing training and increasing financial literacy. The socialization of financial literacy and digital marketing was attended by 60% of the teenagers of the Nasrullah mosque. This financial literacy can increase the ability of the younger generation, especially in Kampung Sri Rahayu, in managing and planning the needs and finances of the younger generation with an understanding of knowledge of 75%. In addition, through digital marketing, it is also expected to be a medium for increasing the knowledge and technological abilities of the younger generation, so that they can increase skills in entrepreneurship and economic development. The results of the socialization showed that 75% of the Nasrullah mosque youth increased their knowledge of digital marketing.*

**Keywords:** *Financial literacy, digital marketing and mosque youth*

#### Abstrak

Generasi muda memegang peran penting dalam pembangunan masa depan suatu negara. Secara keseluruhan, generasi muda Indonesia memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif dalam berbagai aspek kehidupan nasional. Namun, tantangan seperti akses pendidikan yang merata, kesempatan kerja yang memadai, serta perlindungan lingkungan masih perlu diatasi untuk memastikan mereka dapat berkontribusi secara maksimal dalam membangun masa depan Indonesia yang lebih baik. Hal ini juga terjadi di remaja Kampung Sri Rahayu. Banyak remaja yang tidak berkembang secara produktif karena minimnya ilmu dan akses pendidikan yang disebabkan oleh ekonomi. Pemahaman mendalam tentang penyebab permasalahan ini penting untuk mengembangkan solusi yang efektif dalam mendukung generasi muda menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk masa depan yang lebih baik, diantaranya melalui pelatihan digital marketing dan peningkatan literasi keuangan. Sosialisasi ilmu literasi keuangan dan digital marketing dihadiri oleh 60% remaja masjid Nasrullah. Literasi keuangan ini bisa menambah kemampuan generasi muda khususnya di Kampung Sri Rahayu dalam mengelola dan merencanakan kebutuhan dan keuangan generasi



muda dengan pemahaman pengetahuan sebesar 75%. Selain itu melalui digital marketing juga diharapkan menjadi media peningkatan ilmu dan kemampuan teknologi generasi muda, sehingga bisa menambah skill dalam kewirausahaan dan peningkatan ekonomi. Hasil sosialisasi menunjukkan 75% remaja masjid Nasrullah meningkat pengetahuan tentang digital marketing.

**Kata Kunci : Literasi keuangan, digital marketing dan remaja masjid**

## **PENDAHULUAN**

Generasi muda memegang peran penting dalam pembangunan suatu negara karena inovasi, kreativitas, tenaga kerja produktif, pelestarian nilai tradisional, serta perannya sebagai agen perubahan sosial dan calon pemimpin masa depan (Purnomo, 2010). Dengan potensi besar ini, dukungan berupa pendidikan yang baik, peluang kerja yang adil, dan pengembangan keterampilan sangat diperlukan agar mereka dapat berkontribusi maksimal.

Namun, generasi muda di Indonesia menghadapi tantangan besar. Dalam pendidikan, masih terdapat kesenjangan akses dan kualitas, terutama di daerah terpencil, akibat keterbatasan fasilitas, guru berkualitas, dan kurikulum yang relevan. Dalam ketenagakerjaan, tingginya angka pengangguran dan pekerjaan tidak sesuai kualifikasi menjadi hambatan, meskipun jumlah lulusan terus meningkat. Dari sisi ekonomi, sebagian generasi muda, terutama di pedesaan dan daerah kurang berkembang, menghadapi kemiskinan dan keterbatasan peluang ekonomi yang inklusif (Purnomo, 2010).

Kemajuan teknologi juga memberikan peluang sekaligus tantangan. Teknologi digital meningkatkan akses pendidikan, komunikasi, dan lapangan kerja, tetapi juga membawa masalah keamanan data dan penggunaan yang kurang bertanggung jawab. Dalam politik, generasi muda mulai aktif, tetapi partisipasi mereka dalam pengambilan keputusan masih perlu ditingkatkan. Kesadaran terhadap pelestarian lingkungan terus tumbuh, terlihat dari keterlibatan mereka dalam gerakan lingkungan, tetapi tantangan perubahan iklim tetap signifikan.

Di Kampung Sri Rahayu, Purwokerto, generasi muda menghadapi masalah akses pendidikan, peluang kerja, dan teknologi yang terbatas, yang berdampak langsung pada kondisi ekonomi mereka. Penyebab utama meliputi: Kurangnya Akses Pendidikan Berkualitas: Hambatan geografis, ekonomi, dan sosial membatasi kesempatan belajar. Pengangguran dan Underemployment: Banyak lulusan kesulitan mendapatkan pekerjaan sesuai kualifikasi. Tantangan Ekonomi: Kemiskinan dan ketimpangan ekonomi meningkatkan tekanan pada generasi muda. Stres dan Kesehatan Mental: Tekanan dari pendidikan, pekerjaan, dan kehidupan sosial menyebabkan masalah mental. Perubahan Sosial dan Teknologi: Ketergantungan pada media sosial dan kurangnya keterampilan digital menambah masalah. Krisis Lingkungan: Generasi muda merasa bertanggung jawab untuk melindungi sumber daya alam tetapi membutuhkan dukungan lebih besar.

Pemahaman mendalam tentang masalah ini diperlukan untuk menciptakan solusi efektif, seperti melalui pemberdayaan generasi muda dalam literasi keuangan dan digital marketing. Solusi dan Program Pemberdayaan Generasi Muda melalui Literasi Keuangan. Pemberian literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman generasi muda dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk investasi, pengambilan keputusan konsumsi, dan kesehatan keuangan. Manfaatnya meliputi: Mendorong kesadaran pentingnya perencanaan keuangan (Huston, 2010).



Mengurangi tekanan ekonomi yang dapat memicu stres. Membangun stabilitas ekonomi individu dan masyarakat.

Solusi lain melalui pelatihan digital marketing memberikan keterampilan teknologi yang relevan, membantu generasi muda menciptakan peluang ekonomi baru, terutama melalui kewirausahaan. Manfaat utama: Meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam memasarkan produk atau jasa. Memberikan akses pasar global melalui platform digital. Membuka peluang karir berbasis teknologi. Digital marketing tidak hanya meningkatkan keterampilan teknologi tetapi juga membangun jaringan dan koneksi yang diperlukan untuk sukses di era digital (Alford, & Page, 2015).

Target program pemberdayaan di Kampung Sri Rahayu meliputi: Meningkatkan Semangat Wirausaha: Pelatihan digital marketing bertujuan untuk menambah keterampilan bisnis generasi muda. Meningkatkan Literasi Keuangan: Membantu generasi muda memahami pentingnya perencanaan keuangan, investasi, dan kesehatan keuangan. Pengembangan Keterampilan Teknologi: Pelatihan digital marketing akan meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi secara produktif. Publikasi Hasil Program: Kegiatan ini akan didokumentasikan untuk disebarluaskan dalam jurnal ilmiah nasional dan media sosial, seperti YouTube.

Generasi muda memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif di berbagai aspek kehidupan. Hal ini sejalan dengan jurnal A Prasetyo, A Safitri (2024) bahwa pelatihan merupakan hal penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Namun, mereka menghadapi tantangan serius dalam pendidikan, ekonomi, teknologi, dan kesehatan mental. Melalui program literasi keuangan dan pelatihan digital marketing, generasi muda di Kampung Sri Rahayu dapat diberdayakan untuk mengatasi tantangan ini, membuka peluang ekonomi baru, dan mempersiapkan masa depan yang lebih baik. Kegiatan ini juga memberikan dampak luas bagi masyarakat melalui peningkatan stabilitas sosial dan ekonomi.

## **METODE PENELITIAN**

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

### **1. Aspek Manajemen Pengelolaan Keuangan**

Pada aspek manajemen difokuskan pada pengembangan manajemen pengelolaan sistem Pengelolaan keuangan individu 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:

- a. Melakukan survei dan analisis kebutuhan sistem keuangan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.
- b. Mendesain model pengelolaan keuangan individu.
- c. Mengimplementasikan model pengelolaan keuangan individu.
- d. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian model keuangan kepada Mitra.

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

Input :	Remaja yang belum mengetahui ilmu Literasi keuangan pengelolaan keuangan individu.
Output :	Remaja yang mengetahui ilmu Literasi keuangan pengelolaan keuangan individu.

**Sumber: Data Primer, 2024**

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

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

**Sumber: Data Primer, 2024**

## 2. 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:

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

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

Input :	Remaja yang belum mengetahui ilmu Digital Marketing
Output :	Remaja yang mengetahui ilmu Digital Marketing

**Sumber: Data Primer, 2024**

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

NO	Indikator	Target
1.	Mengikuti Sosialisasi Digital Marketing	Seluruh remaja 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%

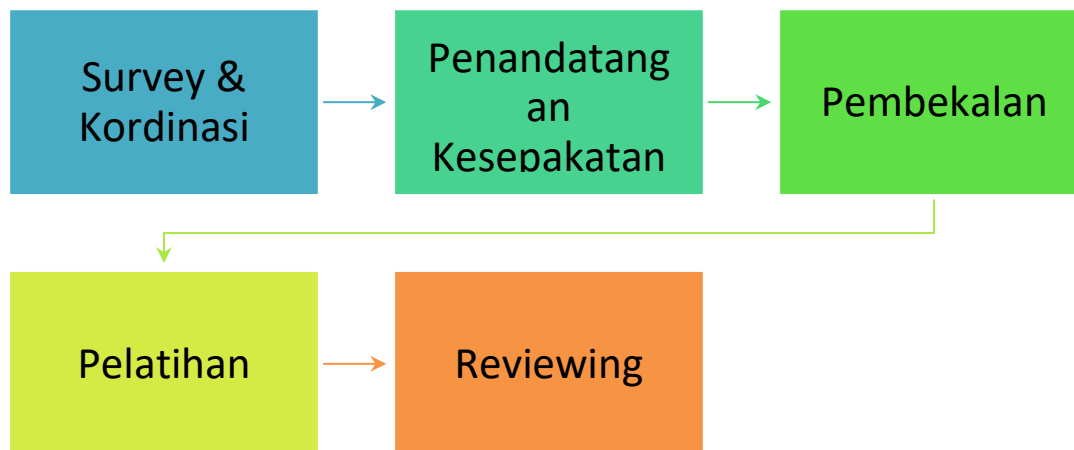
**Sumber: Data Primer, 2023**

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
- 2) program pelatihan dan pendampingan.
- 3) Ikut memberikan saran dan masukan dalam mendesain model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing.
- 4) Ikut serta dalam uji coba dan demonstrasi model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing, dengan menyiapkan sarana dan prasarana yang dimiliki mitra tempat demonstrasi.
- 5) Bersedia bekerjasama secara berkelanjutan.

### **3. 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 kemitraaan maka kegiatan PKM mulai dilaksanakan. Kegiatan PKM di desa Karangklesem 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, 2024

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 menggunakan teknologi yaitu melalui power point, lcd, contoh dari market place dan memadukan video youtube, sesuai dengan hasil penelitian A Safitri, dkk (2024), yang perlu melibatkan teknologi dalam pembelajaran termasuk pelatihan.

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 Karangklesem 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:

- Melakukan pembekalan terlebih dahulu dengan memberikan penjelasan mengenai tujuan dan teknis pendampingan yang akan dilakukan sehingga masyarakat khususnya remaja masjid Nasrullah dapat berpartisipasi aktif.
- Melakukan sharing , tanya jawab dan diskusi terkait bisnis dengan mitra.
- Menjelaskan instruksi dan sosialisasi dengan jelas program alternatif
- Mengajak dan memotivasi mitra untuk menerapkan program yang ditawarkan.
- Mengajak mitra untuk tetap menjalin kerjasama.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini ditargetkan kepada Remaja Masjid Nasrullah. Pada tahap awal kegiatan dilakukan *assessment* pada Remaja 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, 2024**

Berdasarkan data kuesioner yang terkumpul, remaja masih minim pengetahuan tentang literasi keuangan, hanya 40% yang mengetahui bagaimana memmanage keuangan dengan tepat. Sedangkan pemasaran digital sudah banyak diketahui oleh remaja 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 individu 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 2 November 2024. 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.

### 1. 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:

- a. Melakukan survei dan analisis kebutuhan konten dan kemampuan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.
- b. Mendesain website, facebook, instagram, tiktok, youtube dan market place yang berisi profil dan pemasaran usaha kecil.
- c. Mengimplementasikan mengaktifkan facebook, instagram, tiktok, youtube dan market place.



- d. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian digital marketing kepada Mitra, terutama untuk facebook marketing.

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

Input :	Remaja yang belum mengetahui ilmu Digital Marketing
Output :	Remaja yang mengetahui ilmu Digital Marketing

Sumber: Data Primer, 2024

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

N O	Indikator	Target	Capaian
1.	Mengikuti Sosialisasi Digital Marketing	Seluruh remaja 100%	60%
2.	Mampu menjelaskan pengertian Digital Marketing	75%	75%
3.	Mampu menjelaskan jenis-jenis media Digital Marketing	75%	75%
4.	Mampu menjelaskan step-step menggunakan media sosial untuk bisnis.	75%	75%
5.	Mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran	75%	75%

Sumber: Data Primer, 2024



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing

Sumber: Data Primer, 2024

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

- Bersedia berdiskusi dan berpartisipasi aktif bersama tim pelaksana dalam pelaksanaan
- program pelatihan dan pendampingan.





- c. Ikut memberikan saran dan masukan dalam mendesain model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing.
- d. Ikut serta dalam uji coba dan demonstrasi model pengelolaan keuangan dan konten digital marketing, dengan menyiapkan sarana dan prasarana yang dimiliki mitra tempat demonstrasi.
- e. 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.

Pengabdian masyarakat di bidang bisnis digital telah memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat mengenai potensi teknologi digital sebagai peluang bisnis. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian D Triana (2024) bahwa konsumen akan memutuskan karena dipengaruhi gaya hidup dan suasana cafe yang saat ini banyak di share dari media digital, hal ini menunjukkan pentingnya digital marketing. Berikut adalah poin-poin hasil PkM: Kegiatan ini berhasil memberikan pemahaman kepada peserta tentang konsep dasar bisnis digital, seperti pemasaran online, penggunaan platform e-commerce, dan manajemen media sosial. Peserta juga belajar tentang pentingnya transformasi digital dalam menghadapi tantangan dunia usaha modern. Peserta, khususnya generasi muda, menjadi lebih sadar akan potensi bisnis digital sebagai alternatif karir dan sumber penghasilan. Pengetahuan tentang dropshipping, afiliasi, dan content creation memberikan inspirasi untuk memulai usaha berbasis digital. Kegiatan ini mengarahkan peserta untuk menggunakan teknologi secara produktif, seperti memanfaatkan aplikasi pengelolaan bisnis, platform pembayaran digital, dan strategi pemasaran berbasis data. Digital marketing merupakan hal penting dalam berwirausaha atau bisnis, karena saat ini semua zamannya menggunakan dengan digital seperti ojek jug sekarang basisnya digital, seperti hasil penelitian F Afrianingsih, (2024) yang menunjukkan banyaknya pengguna yang menggunakan ojek online dan pemesanan makanan secara online salah satunya dengan grab.

## **2. Pembahasan Aspek Literasi Keuangan**

Pada aspek manajemen difokuskan pada pengembangan manajemen pengelolaan sistem pengelolaan keuangan individu 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:

- a. Melakukan survei dan analisis kebutuhan sistem keuangan industri kecil oleh Tim melalui kuesioner.
- b. Mendesain model pengelolaan keuangan individu.
- c. Mengimplementasikan model pengelolaan keuangan individu.
- d. Pelatihan dan pendampingan pengoperasian model pengelolaan keuangan individu kepada Mitra.

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

Input :	Remaja yang belum mengetahui ilmu Literasi keuangan pengelolaan keuangan individu.
Output :	Remaja yang mengetahui ilmu Literasi keuangan pengelolaan keuangan individu.

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

NO	Indikator	Target	Capaian
1.	Mengikuti Sosialisasi	Seluruh remaja 100%	60%
2.	Mampu menjelaskan pengertian literasi keuangan	75%	75%
3.	Mampu menjelaskan pembagian proporsi pengelolaan keuangan individu	75%	75%
4.	Mampu menjelaskan step-step pembagian pengelolaan keuangan individu	75%	75%
5.	Mampu menggunakan aplikasi keuangan individu	75%	75%

**Sumber: Data Primer, 2024**



**Gambar 3. Penyampaian Materi Literasi Keuangan**

Sumber: Data Primer, 2024

Pada hari kedua pelaksanaan program pengabdian, tim pelaksana melakukan sosialisasi terkait Pengelolaan keuangan individu/literasi keuangan. Materi disampaikan secara teori dulu, mulai dari latar belakang, urgensi, pengertian dan praktek literasi keuangan. Kemudian remaja masjid Nasrullah 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 Pengelolaan keuangan individu.

Metode Penyampaian materi disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan relevan. Selain itu juga menggunakan metode interaktif (simulasi, diskusi kelompok) membantu peserta memahami materi lebih baik. Relevansi Materi yang diberikan kurang sesuai dengan kebutuhan peserta, karena kebanyakan peserta masih SMP dan kurang tertarik mengatur uang. Materi yang disampaikan memberikan solusi praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Keterlibatan Peserta agak kurang, hal ini terlihat dari rendahnya tingkat partisipasi peserta dalam diskusi, simulasi, atau sesi tanya jawab antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Fasilitas dan sarana Pendukung cukup memadai, ditunjukkan dari fasilitas yang disediakan (ruang, alat bantu, modul). Pada intinya hal ini sejalan dengan pengabdian As Herdian Farisi (2022) dan A Safitri (2024) bahwa digital marketing dan literasi keuangan merupakan hal penting untuk memajukan masyarakat, termasuk remaja.

### 3. Evaluasi dan Keberlanjutan

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 visi misi sekolah akan dilakukan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dari bulan oktober-November 2024 yang bertempat di Kelurahan Karangklesem.

Program yang telah terlaksana yaitu :

- a. Pembukaan Pengabdian masyarakat
- b. Materi pemasaran digital
- c. Materi literasi keuangan dan Penutupan

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan pengabdian masyarakat pada remaja masjid Nasrullah dapat dilihat dari dua sisi yaitu kelebihan dan kekurangan pelaksanaan. Kelebihan Kegiatan PkM yaitu Antusiasme Peserta Tinggi: Remaja yang mengikuti kegiatan sangat bersemangat, menunjukkan keinginan belajar yang besar. Penyampaian Materi Efektif: Metode ceramah interaktif, simulasi, dan diskusi kelompok membantu peserta memahami konsep literasi keuangan dengan lebih baik. Kolaborasi yang Baik: Kerja sama antara panitia masjid, narasumber, dan tim pengabdian berjalan lancar. Hal ini sejalan dengan jurnal A Prasetyo, A Safitri (2024) bahwa pelatihan merupakan hal penting untuk meningkatkan kualitas SDM.

Adapun Tantangan atau Kekurangan pengabdian masyarakat pada remaja masjid Nasrullah yaitu: Waktu Terbatas: Durasi kegiatan tidak cukup untuk menggali lebih dalam pada topik-topik tertentu, seperti investasi atau pengelolaan risiko keuangan. Keterbatasan Peserta: Hanya sebagian remaja masjid yang hadir, sehingga dampak kegiatan belum merata ke seluruh komunitas. Beberapa remaja ada yang baru SMP sehingga masih kesulitan untuk mencerna materi PkM.



Dampak Kegiatan pengabdian masyarakat pada remaja masjid Nasrullah diantaranya: Peningkatan Pengetahuan: Peserta kini memahami dasar-dasar literasi keuangan, seperti pentingnya menabung, membuat anggaran, dan mengelola pengeluaran. Motivasi untuk Menerapkan Ilmu: Banyak peserta yang termotivasi untuk mulai menabung dan mencatat keuangannya secara mandiri. Kesadaran Kolektif: Tercipta diskusi berkelanjutan antar-remaja mengenai perencanaan keuangan, menunjukkan keberhasilan awal dalam menciptakan budaya literasi keuangan. Hal ini sejalan dengan jurnal pengabdian Safitri, A & Adityo N. (2023) bahwa digital marketing penting untuk anak remaja. Selain itu juga sejalan dengan pengabdian As Herdian Farisi (2022) dan A Safitri, dkk (2024) bahwa digital marketing dan literasi keuangan merupakan hal penting untuk memajukan masyarakat, termasuk remaja.

Agar program ini memberikan dampak jangka panjang, berikut adalah rencana keberlanjutan:

- a. Mengadakan Sesi Lanjutan: Topik Baru: Mengelola utang, pengenalan investasi sederhana, dan pentingnya asuransi. Durasi Lebih Panjang: Menambah durasi pelatihan agar peserta dapat mendalami setiap topik.
- b. Pendirian Klub Literasi Keuangan Remaja Masjid: Kegiatan Rutin: Diskusi bulanan, berbagi tips keuangan, dan pelatihan kecil-kecilan. Mentor Internal: Membentuk mentor dari peserta yang telah mengikuti pelatihan sebelumnya untuk berbagi ilmu dengan remaja lainnya.
- c. Penyediaan Materi dan Alat Bantu: Menyusun modul dan video edukasi sederhana yang dapat diakses kapan saja oleh peserta. Menyediakan buku panduan keuangan yang sesuai dengan usia remaja.
- d. Kolaborasi dengan Pihak Eksternal: Mengundang ahli keuangan, lembaga perbankan syariah, atau organisasi yang fokus pada literasi keuangan untuk memberikan pelatihan lanjutan. Mencari sponsor untuk pendanaan kegiatan keberlanjutan, seperti kompetisi keuangan kreatif.
- e. Monitoring dan Evaluasi Berkala: Melakukan survei ke peserta untuk mengetahui penerapan ilmu dalam kehidupan sehari-hari. Memastikan bahwa kegiatan ini memberikan perubahan nyata pada pengelolaan keuangan peserta.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilakukan pada Remaja Masjid Nasrullah, 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. Secara keseluruhan, program ini menunjukkan potensi besar dalam memberdayakan masyarakat melalui bisnis digital, memberikan keterampilan yang relevan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, serta mempersiapkan masyarakat menghadapi era digitalisasi. Keberlanjutan program dan pendampingan yang konsisten akan menjadi kunci untuk memastikan manfaat yang berkelanjutan.
2. Keberlanjutan program literasi keuangan di Remaja Masjid Nasrullah sangat penting untuk memastikan dampak positif jangka panjang. Melalui pengembangan program secara sistematis



dan berkolaborasi dengan berbagai pihak, literasi keuangan dapat menjadi budaya yang tertanam di kalangan remaja masjid, mempersiapkan mereka menjadi generasi yang cerdas dalam mengelola keuangan.

### **Saran**

Saran pada kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Ke Depan perlu adanya praktek berkelanjutan terkait dengan pemasaran digital
2. Perlu ada konsultasi secara individu terkait dengan bagaimana mengelola keuangan secara tepat pada setiap individu.
3. Perlu peran instansi terkait baik dari tingkat desa maupun kabupaten untuk membina remaja masjid dengan kurikulum jelas dan berkelanjutan.
4. Memperluas cakupan kegiatan dengan melibatkan lebih banyak peserta dan menyediakan materi yang lebih spesifik sesuai kebutuhan lokal.
5. Membangun kerja sama dengan pihak eksternal, seperti penyedia platform digital atau lembaga pemerintah, untuk mendukung akses teknologi dan pelatihan yang lebih komprehensif.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alford, P & Page, S.J. "Marketing Technology For Adoption By Small Business". The Service Industries Journal, 2015 Vol. 35, Nos. 11–12, 655–66
- Anjar Safitri, Herdian Farisi, Melli Andini. 2024. Sosialisasi Literasi Keuangan Keluarga Dan Digital Marketing Pada Pembinaan Kesejahteraan Keluarga Di Desa Tambak Batu. Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara. Halaman: 225-237
- A Prasetyo, A Safitri. 2024. Pengetahuan Dan Keterampilan Kader Posyandu Melalui Pelatihan Komunikasi Efektif Di Kelurahan Karang Pucung, Kecamatan Purwokerto Selatan. Jurnal Intelek Insan Cendikia.1 (6), 2199-2203
- A Safitri, TO Indrawiani, AO Widiyarti, FN Qausarin, G Riansyah. 2024. Manajemen Evaluasi Pendidikan Berbasis Teknologi Untuk Meningkatkan Prestasi Dan Motivasi Belajar Mahasiswa. Jurnal Manajemen Pendidikan 8 (2), 102-109
- As Herdian Farisi. 2022. Pemberdayaan Pengelolaan Pengrajin Gula Kelapa Di Karangtengah Dengan Digital Marketing. Sinergi Abdimas Jurnal Pengabdian Masyarakat 1 (Vol 1 No 01 (2022)), 14-20
- D Triana, H Sukoco, H Farisi, A Safitri. 2024. Pengaruh Suasana Cafe, Gaya Hidup, Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe. Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara. Hal: 6492-6501
- F Afrianingsih, H Farisi, A Safitri. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Driver GrabFood Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Di Kabupaten Banyumas). Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis 21 (2)
- Huston, S. J. 2010. 'measuring Financial Literacy', Journal Of Consumer Affairs, Volume 44, Issue 2: Financial Literacyjun 2010 Pages271-429
- Purnomo, Bambang. 2010. Multidimensi Ketahanan Nasional. Alvabet: Jakarta.



---

Safitri, A & Adityo N. 2023. Pelatihan Bisnis Online Pada Remaja Di Panti Asuhan Daarul Hadlonah. Ijcosin: Indonesian Journal Of Community Service And Innovation. Hal 64-73.