

Pemberdayaan UMKM melalui Pendampingan Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat

Moh. Farhan

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah Pamekasan

Email: mohfarhan.2112@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Keterbatasan literasi keuangan syariah menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum optimal dalam melakukan pencatatan transaksi, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta mengelola modal secara terencana. Di sisi lain, keterbatasan kemampuan digital marketing menyebabkan jangkauan pemasaran produk masih relatif terbatas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendampingan literasi keuangan syariah dan digital marketing sebagai upaya memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan identifikasi permasalahan, perencanaan, edukasi, pelatihan, praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Literasi keuangan syariah diberikan melalui materi pengelolaan keuangan, pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengelolaan modal, serta pemahaman mengenai prinsip keuangan syariah. Sementara itu, pendampingan digital marketing dilakukan melalui praktik pembuatan konten promosi, pemanfaatan media sosial, penyusunan informasi produk, dan optimalisasi media digital sebagai sarana pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola keuangan usaha secara lebih tertib serta memanfaatkan media digital untuk mendukung pemasaran produk. Kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan usaha yang profesional, adaptif, dan berkelanjutan. Integrasi literasi keuangan syariah dan digital marketing menjadi strategi yang relevan dalam memperkuat kapasitas UMKM dan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: UMKM; Literasi Keuangan Syariah; Digital Marketing; Pemberdayaan Masyarakat; Kemandirian Ekonomi

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting community economic independence; however, they continue to face challenges in financial management and the utilization of digital technology for marketing. Limited Islamic financial literacy has resulted in some MSME actors having difficulties in maintaining transaction records, separating personal and business finances, and managing business capital in a planned manner. At the same time, limited digital marketing capabilities have restricted the market reach of their products. This Community Service Program aimed to strengthen the capacity of MSME actors through Islamic financial literacy and digital marketing assistance as an effort to enhance community economic independence. The program employed a *Participatory Action Research* (PAR) approach through several stages, including problem identification, program planning, education, training, practical implementation, mentoring, and monitoring and evaluation. Islamic financial literacy activities covered financial management, transaction recording, separation of personal and business finances, capital management, and understanding of Islamic financial principles. Meanwhile, digital marketing assistance focused on promotional content creation, social media utilization, product information development, and optimization of digital platforms as marketing tools.

The results indicate improvements in participants' understanding and practical skills in managing business finances more systematically and utilizing digital media to support product marketing. The program also increased MSME actors' awareness of the importance of professional, adaptive, and sustainable business management. The integration of Islamic financial literacy and digital marketing represents a relevant strategy for strengthening MSME capacity and supporting community economic independence.

Keywords: *MSMEs; Islamic Financial Literacy; Digital Marketing; Community Empowerment; Economic Independence.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi sumber pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta sarana peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat. Di tengah perkembangan lingkungan bisnis yang semakin dinamis, pelaku UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola usaha secara efektif, baik dari aspek keuangan maupun pemasaran. Perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital juga mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi agar mampu mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan daya saing usahanya.

Salah satu aspek penting yang perlu diperkuat pada pelaku UMKM adalah kemampuan dalam mengelola keuangan. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pemahaman mengenai pencatatan transaksi, tetapi juga mencakup kemampuan dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, modal, arus kas, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat. Suwarsi et al. (2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah memiliki peranan penting dalam mendukung pengembangan usaha UMKM, terutama dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam melakukan perencanaan keuangan, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menentukan sumber pembiayaan yang sesuai.

Dalam konteks masyarakat yang menjalankan aktivitas ekonomi berdasarkan nilai-nilai Islam, literasi keuangan syariah menjadi semakin penting. Literasi keuangan syariah memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pengelolaan keuangan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan prinsip keadilan, transparansi, kehalalan transaksi, serta menghindari unsur riba, gharar, dan maysir. Rohmania et al. (2023) menunjukkan bahwa

peningkatan literasi keuangan syariah dapat berkontribusi terhadap terbentuknya perilaku keuangan syariah yang lebih baik dan pada akhirnya mendukung kesejahteraan finansial pelaku UMKM. Hal tersebut menunjukkan bahwa penguatan literasi keuangan syariah perlu diarahkan pada kemampuan praktis yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Pentingnya literasi keuangan syariah juga berkaitan dengan kemampuan UMKM dalam menentukan dan memanfaatkan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Rahmanto dan Handayani (2026) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berkaitan dengan kesejahteraan keuangan UMKM dan dapat mendorong intensi pelaku usaha untuk memanfaatkan layanan perbankan syariah. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan syariah dapat menjadi salah satu instrumen pemberdayaan masyarakat karena memberikan kemampuan kepada pelaku UMKM untuk mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional, terencana, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Selain aspek keuangan, perkembangan teknologi telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk kepada konsumen. Digital marketing memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Melalui media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital lainnya, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, serta meningkatkan visibilitas merek dengan biaya yang relatif lebih efisien. Harahap et al. (2024) menunjukkan bahwa digital marketing memiliki keterkaitan dengan pertumbuhan UMKM, sementara literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam mendukung pengembangan usaha.

Meskipun digital marketing menawarkan berbagai peluang, kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkannya masih menghadapi berbagai kendala. Sebagian pelaku usaha belum memiliki keterampilan yang memadai dalam membuat konten pemasaran, membangun identitas merek, mengelola media sosial, maupun memanfaatkan marketplace secara optimal. Rachmadani et al. (2024) menunjukkan bahwa pendampingan diperlukan untuk membantu pelaku UMKM mengoptimalkan pembuatan konten promosi digital sehingga teknologi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara produktif dalam kegiatan pemasaran. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM tidak cukup hanya melalui pengenalan teknologi, tetapi membutuhkan proses pembelajaran dan pendampingan secara berkelanjutan.

Transformasi digital juga memiliki keterkaitan dengan peningkatan kinerja usaha. Haviv dan Winarsih (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital dapat berperan dalam memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan kinerja keuangan UKM. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha melakukan aktivitas bisnis secara lebih efektif, termasuk dalam pengelolaan transaksi, komunikasi dengan pelanggan, serta pemasaran produk. Oleh sebab itu, penguatan kapasitas UMKM perlu dilakukan secara terpadu dengan menggabungkan peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital.

Kombinasi literasi keuangan syariah dan digital marketing menjadi penting karena kedua aspek tersebut saling melengkapi dalam membangun kemandirian usaha. Literasi keuangan syariah memberikan dasar bagi pelaku UMKM untuk mengelola sumber daya keuangan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan digital marketing memberikan kemampuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan peluang penjualan. Amiliya et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan memiliki hubungan dengan keberlanjutan usaha UMKM. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan kapasitas keuangan menjadi bagian penting dalam membangun ketahanan dan keberlanjutan usaha masyarakat.

Pendekatan pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan menjadi relevan untuk mengatasi berbagai keterbatasan tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya diarahkan pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada peningkatan keterampilan yang dapat langsung diterapkan oleh mitra. Fauzi et al. (2024), misalnya, menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pendampingan digital marketing serta pengelolaan keuangan dapat membantu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sementara itu, Lantip dan Muhlis (2025) menunjukkan bahwa pendampingan literasi keuangan syariah dan pemasaran digital dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan temuan penelitian tersebut, masih diperlukan kegiatan pemberdayaan yang mengintegrasikan literasi keuangan syariah dan digital marketing dalam satu program pendampingan yang bersifat praktis. Pendekatan integratif ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman pelaku UMKM, tetapi juga menghasilkan perubahan

dalam praktik pengelolaan usaha. Pelaku UMKM diarahkan untuk mampu melakukan pencatatan keuangan sederhana, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, memahami sumber pembiayaan berdasarkan prinsip syariah, serta mengelola keuangan usaha secara lebih terencana. Pada saat yang sama, pelaku usaha juga diberikan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pengembangan pasar.

Dengan demikian, kegiatan “Pemberdayaan UMKM melalui Pendampingan Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat” dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi dan perkembangan teknologi. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai pengelolaan keuangan berbasis prinsip syariah serta pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan usaha. Melalui kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan, diharapkan pelaku UMKM mampu mengelola usaha secara lebih profesional, meningkatkan jangkauan pemasaran, memperbaiki pengelolaan keuangan, dan pada akhirnya memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menempatkan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, sebagai subjek aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Pendekatan PAR dipilih karena proses pemberdayaan tidak hanya diarahkan pada penyampaian pengetahuan, tetapi juga pada keterlibatan mitra dalam mengidentifikasi permasalahan, menentukan kebutuhan, melaksanakan solusi, dan mengevaluasi perubahan yang dihasilkan. Setyawati et al. (2026) menjelaskan bahwa pendekatan *Participatory Action Research* dapat digunakan dalam pendampingan UMKM karena mampu melibatkan mitra secara aktif dalam proses identifikasi masalah, pelaksanaan program, hingga evaluasi kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap yang meliputi identifikasi permasalahan, perencanaan kegiatan, pelaksanaan edukasi dan pelatihan, praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Tahapan tersebut disusun secara partisipatif dengan mempertimbangkan kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM. Menurut Kusuma et al. (2026), program pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan perlu diawali dengan

identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra agar intervensi yang diberikan sesuai dengan kondisi usaha yang dihadapi masyarakat.

Tahap pertama adalah identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan pelaku UMKM. Observasi digunakan untuk melihat secara langsung aktivitas usaha, terutama berkaitan dengan pengelolaan keuangan dan aktivitas pemasaran. Wawancara dilakukan untuk mengetahui pemahaman mitra mengenai literasi keuangan syariah, praktik pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pemanfaatan media digital dalam pemasaran. Identifikasi kebutuhan tersebut menjadi dasar dalam menentukan materi dan bentuk pendampingan yang akan diberikan. Pendekatan identifikasi kebutuhan melalui observasi dan komunikasi langsung dengan mitra juga digunakan dalam berbagai program pemberdayaan UMKM untuk memastikan bahwa kegiatan yang dirancang sesuai dengan permasalahan nyata yang dihadapi pelaku usaha.

Tahap kedua adalah perencanaan program pemberdayaan. Berdasarkan hasil identifikasi, tim pengabdian menyusun materi dan kegiatan yang berfokus pada dua aspek utama, yaitu literasi keuangan syariah dan digital marketing. Materi literasi keuangan syariah meliputi prinsip dasar keuangan syariah, pengelolaan pemasukan dan pengeluaran, pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengelolaan modal, serta pengenalan sumber pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Sementara itu, materi digital marketing mencakup pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, penyusunan informasi produk, *branding*, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kembang et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan digital marketing dapat menjadi strategi untuk membantu UMKM melakukan transformasi pemasaran dan memperkuat *branding* produk.

Tahap ketiga adalah edukasi dan pelatihan. Kegiatan dilakukan melalui metode ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung. Pada sesi literasi keuangan syariah, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip syariah serta diberikan contoh pencatatan keuangan sederhana yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Peserta juga diarahkan untuk memahami perbedaan antara omzet, biaya, modal, dan keuntungan sehingga tidak terjadi kesalahan dalam menentukan kondisi keuangan usaha. Menurut Diyani et al. (2023), pelatihan pengelolaan keuangan bagi pelaku UMKM perlu disertai praktik agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga memiliki

kemampuan untuk menerapkannya dalam kegiatan usaha.

Pada sesi digital marketing, peserta diberikan materi mengenai strategi pemasaran melalui media digital dan kemudian diarahkan untuk melakukan praktik secara langsung. Praktik meliputi pembuatan foto produk sederhana, penyusunan *caption*, pembuatan konten promosi, dan publikasi produk melalui media sosial. Pendekatan praktik dipilih agar peserta dapat langsung menerapkan materi sesuai dengan produk yang mereka miliki. Arya et al. (2026) menunjukkan bahwa pelatihan promosi digital berbasis media sosial dapat membantu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk.

Tahap keempat adalah pendampingan penerapan hasil pelatihan. Pendampingan dilakukan setelah peserta memperoleh materi dan melakukan praktik awal. Pada aspek keuangan, pendampingan diarahkan pada penerapan pencatatan transaksi secara rutin, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penghitungan keuntungan, serta penyusunan perencanaan keuangan sederhana. Pada aspek digital marketing, pendampingan diarahkan pada pembuatan konten secara konsisten, pengelolaan akun media sosial, penyusunan informasi produk, serta publikasi konten secara berkala. Pendampingan diperlukan karena perubahan kemampuan UMKM tidak dapat dicapai hanya melalui pelatihan satu kali. Armiani et al. (2026) menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan dan pendampingan digital dapat membantu meningkatkan literasi digital dan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha.

Tahap kelima adalah monitoring dan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan. Evaluasi pengetahuan dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, sedangkan evaluasi keterampilan dilakukan melalui observasi terhadap praktik pencatatan keuangan dan pembuatan konten digital. Penggunaan *pre-test* dan *post-test* digunakan untuk mengetahui perubahan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah diberikan pelatihan. Diyani et al. (2023) juga menggunakan evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan dalam mengukur peningkatan pemahaman peserta mengenai pengelolaan keuangan UMKM.

Data hasil evaluasi dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test*, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan hasil observasi, wawancara, praktik,

respons peserta, dan perubahan kemampuan mitra selama kegiatan berlangsung. Perubahan skor pengetahuan dapat dihitung menggunakan persentase peningkatan dengan rumus:

$$\text{Persentase Peningkatan} = ((\text{Skor Post-test} - \text{Skor Pre-test}) / \text{Skor Pre-test}) \times 100\%$$

Selain peningkatan pengetahuan, keberhasilan kegiatan juga dilihat dari kemampuan peserta dalam menerapkan keterampilan yang diberikan. Indikator keberhasilan pada aspek literasi keuangan syariah meliputi kemampuan memahami prinsip dasar keuangan syariah, melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menghitung keuntungan secara sederhana. Sementara itu, indikator keberhasilan digital marketing meliputi kemampuan membuat konten promosi, menyusun informasi produk, menggunakan media sosial, dan mempublikasikan produk melalui media digital.

Dengan demikian, metode pelaksanaan kegiatan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada perubahan keterampilan dan perilaku usaha. Pendekatan partisipatif dan pendampingan diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola keuangan sesuai prinsip syariah sekaligus memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Pada akhirnya, peningkatan kedua kapasitas tersebut diharapkan dapat memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara mandiri sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal dan Identifikasi Permasalahan Mitra

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diawali dengan observasi dan identifikasi kondisi pelaku UMKM sebagai mitra kegiatan. Tahap ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kemampuan mitra dalam mengelola keuangan usaha dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa sebagian pelaku UMKM telah menjalankan kegiatan usaha secara rutin, tetapi pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum sepenuhnya didukung oleh pencatatan keuangan yang sistematis.

Permasalahan yang ditemukan terutama berkaitan dengan belum optimalnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha masih sering digunakan secara langsung untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga tanpa pencatatan yang jelas. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam

mengetahui jumlah modal yang tersedia, biaya operasional, omzet, dan keuntungan bersih yang diperoleh dalam periode tertentu.

Selain permasalahan pengelolaan keuangan, aspek pemasaran juga menjadi salah satu kendala yang dihadapi mitra. Sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran secara konvensional melalui pelanggan tetap, rekomendasi dari orang terdekat, dan penjualan secara langsung. Pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai media pemasaran belum dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran produk masih terbatas.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa persoalan UMKM tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan modal, tetapi juga dengan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola usaha. Literasi keuangan yang memadai diperlukan agar pelaku usaha mampu mengambil keputusan keuangan secara tepat, sedangkan kemampuan digital diperlukan untuk menyesuaikan kegiatan pemasaran dengan perubahan perilaku konsumen. Suwarsi et al. (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan syariah memiliki keterkaitan dengan pengembangan usaha UMKM, sehingga peningkatan pengetahuan dan keterampilan keuangan menjadi bagian penting dalam pemberdayaan pelaku usaha.

Peningkatan Literasi Keuangan Syariah

Kegiatan pertama difokuskan pada peningkatan pemahaman mitra mengenai literasi keuangan syariah. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar keuangan syariah, prinsip halal dalam transaksi ekonomi, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengelolaan modal, serta pengenalan sumber pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif, diskusi, dan praktik. Peserta diberikan contoh sederhana mengenai pencatatan transaksi harian sehingga dapat memahami hubungan antara pemasukan, pengeluaran, modal, dan keuntungan. Pendekatan praktik digunakan karena sebagian pelaku UMKM lebih mudah memahami konsep keuangan apabila langsung dikaitkan dengan aktivitas usaha yang mereka jalankan.

Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha. Peserta mulai memahami bahwa uang yang masuk dari hasil penjualan tidak seluruhnya dapat dikategorikan sebagai keuntungan

karena terdapat biaya produksi, biaya operasional, dan kebutuhan pengembangan usaha yang harus diperhitungkan.

Peningkatan pemahaman tersebut menjadi penting karena pengelolaan keuangan yang tidak teratur dapat menyebabkan pelaku usaha sulit mengetahui kondisi keuangan sebenarnya. Dalam perspektif syariah, pengelolaan keuangan juga tidak hanya berkaitan dengan aspek efisiensi, tetapi harus memperhatikan prinsip kejujuran, keadilan, transparansi, dan kebermanfaatan. Rohmania et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih baik pada pelaku UMKM.

Pendampingan juga diarahkan pada pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Praktik ini penting karena pencampuran kedua jenis keuangan dapat menyulitkan pelaku UMKM dalam menghitung keuntungan dan menentukan kebutuhan modal. Dengan adanya pencatatan yang lebih teratur, pelaku usaha diharapkan dapat melakukan evaluasi terhadap perkembangan usahanya secara berkala.

Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana

Setelah memperoleh materi literasi keuangan syariah, peserta diberikan pendampingan dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana. Pendampingan dilakukan menggunakan format yang mudah diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Peserta diarahkan untuk mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran secara rutin.

Pencatatan sederhana tersebut meliputi tanggal transaksi, jenis transaksi, jumlah pemasukan, jumlah pengeluaran, dan saldo. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada cara sederhana menghitung keuntungan usaha dengan membandingkan pendapatan dan biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu.

Kegiatan praktik menunjukkan bahwa pendampingan secara langsung lebih efektif dalam membantu peserta memahami pencatatan keuangan dibandingkan penyampaian materi secara teoritis saja. Peserta dapat langsung mengidentifikasi transaksi yang selama ini tidak tercatat dan memahami pentingnya bukti transaksi sebagai dasar pengelolaan keuangan.

Temuan tersebut sejalan dengan Haviv dan Winarsih (2024) yang menunjukkan bahwa kemampuan literasi keuangan dan transformasi digital memiliki keterkaitan dengan kinerja keuangan UKM. Pengelolaan keuangan yang lebih baik dapat membantu pelaku usaha

memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai kondisi bisnis dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan.

Dari perspektif pemberdayaan, kemampuan melakukan pencatatan keuangan sederhana merupakan salah satu bentuk peningkatan kapasitas yang dapat mendukung kemandirian usaha. Pelaku UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada perkiraan dalam menentukan kondisi keuangan, tetapi mulai menggunakan informasi keuangan sebagai dasar untuk merencanakan kegiatan usaha.

Pendampingan Digital Marketing

Tahap berikutnya diarahkan pada peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan digital marketing. Materi yang diberikan meliputi pengenalan pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, penyusunan deskripsi produk, fotografi produk sederhana, dan strategi komunikasi dengan konsumen melalui media digital.

Dalam kegiatan praktik, peserta diarahkan untuk membuat konten pemasaran berdasarkan produk yang mereka miliki. Peserta belajar menyusun informasi mengenai nama produk, keunggulan produk, harga, cara pemesanan, serta informasi pendukung lainnya. Dengan demikian, produk yang sebelumnya hanya dipasarkan melalui komunikasi langsung mulai diperkenalkan melalui media digital.

Pendampingan menunjukkan bahwa sebagian peserta masih menghadapi kendala dalam menentukan jenis konten yang menarik dan konsisten. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan contoh konten sederhana yang dapat dibuat menggunakan perangkat yang telah dimiliki peserta. Pendekatan tersebut dipilih agar digital marketing tidak dipersepsikan sebagai aktivitas yang membutuhkan teknologi atau biaya tinggi.

Rachmadani et al. (2024) menjelaskan bahwa pendampingan digitalisasi dan optimalisasi konten promosi dapat membantu UMKM meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media digital. Hal ini memperlihatkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia dalam menggunakan teknologi secara produktif.

Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya diperkenalkan dengan konsep digital marketing, tetapi juga diarahkan untuk mempraktikkannya secara langsung. Kemampuan membuat dan

menyebarkan konten produk menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM untuk membangun kehadiran digital dan memperluas jangkauan pasar.

Integrasi Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan digital marketing merupakan dua aspek yang dapat saling mendukung dalam pengembangan kapasitas UMKM. Literasi keuangan memberikan dasar bagi pelaku usaha dalam mengelola sumber daya ekonomi, sedangkan digital marketing membantu memperluas peluang pasar.

Integrasi kedua aspek tersebut memungkinkan pelaku UMKM untuk tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga mampu mengelola hasil usaha secara lebih terencana. Peningkatan omzet tanpa kemampuan mengelola keuangan dapat menyebabkan pertumbuhan usaha tidak berkelanjutan. Sebaliknya, pengelolaan keuangan yang baik tanpa kemampuan memperluas pasar juga dapat membatasi perkembangan usaha.

Amiliya et al. (2025) menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan memiliki hubungan dengan keberlanjutan usaha UMKM. Hal tersebut memperkuat argumentasi bahwa peningkatan kapasitas keuangan perlu menjadi bagian dari strategi pemberdayaan UMKM.

Sementara itu, Harahap et al. (2024) menunjukkan pentingnya digital marketing dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Dengan memanfaatkan media digital, pelaku usaha memiliki peluang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Oleh karena itu, integrasi pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dapat menjadi pendekatan yang lebih komprehensif dalam meningkatkan kapasitas usaha masyarakat.

Perubahan Kapasitas dan Kemandirian Ekonomi Mitra

Perubahan yang terlihat setelah kegiatan tidak hanya berkaitan dengan peningkatan pengetahuan, tetapi juga mulai terlihat pada aspek keterampilan dan kesadaran dalam menjalankan usaha. Peserta mulai memahami pentingnya mencatat transaksi, memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga, menghitung keuntungan, serta memanfaatkan media digital untuk mendukung kegiatan pemasaran.

Kemandirian ekonomi dalam kegiatan ini dipahami sebagai meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya ekonomi yang dimiliki dan mengembangkan usaha

secara lebih mandiri. Kemandirian tidak semata-mata diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kemampuan mengambil keputusan usaha berdasarkan informasi yang dimiliki.

Pada aspek keuangan, kemandirian ditunjukkan melalui kemampuan peserta melakukan pencatatan dan mengelola keuangan usaha. Pada aspek pemasaran, kemandirian ditunjukkan melalui kemampuan membuat konten, mengelola media digital, dan memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas.

Pendekatan pendampingan menjadi faktor penting dalam proses tersebut. Pelatihan memberikan pengetahuan dasar, sedangkan pendampingan membantu peserta menerapkan pengetahuan tersebut dalam kondisi usaha yang sebenarnya. Lantip dan Muhlis (2025) juga menunjukkan bahwa pendampingan literasi keuangan syariah dan pemasaran digital merupakan pendekatan yang relevan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi dalam membangun kapasitas ekonomi masyarakat melalui dua jalur utama, yaitu penguatan kemampuan pengelolaan keuangan berbasis prinsip syariah dan peningkatan kemampuan pemasaran berbasis teknologi digital. Kedua kemampuan tersebut diharapkan dapat menjadi modal bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha secara lebih terencana, adaptif, dan berkelanjutan.

Faktor Pendukung dan Kendala Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan memperoleh dukungan dari antusiasme peserta dalam mengikuti materi dan praktik. Peserta menunjukkan ketertarikan terhadap materi yang berkaitan langsung dengan aktivitas usaha sehari-hari, terutama mengenai cara mencatat transaksi dan memasarkan produk melalui media digital.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan. Perbedaan tingkat pemahaman peserta terhadap literasi keuangan dan teknologi digital menyebabkan kecepatan penerimaan materi tidak sama. Sebagian peserta membutuhkan pendampingan lebih intensif ketika melakukan praktik digital marketing. Selain itu, keterbatasan waktu juga menjadi tantangan dalam memberikan pendampingan secara lebih mendalam.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM membutuhkan pendekatan yang berkelanjutan. Kegiatan pelatihan satu kali belum cukup untuk memastikan perubahan perilaku dan kebiasaan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa

monitoring dan pendampingan berkala agar keterampilan yang telah diperoleh dapat terus diterapkan.

Dampak Kegiatan terhadap Pemberdayaan UMKM

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Dampak tersebut terlihat pada tiga aspek utama, yaitu pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran usaha. Pada aspek pengetahuan, peserta memperoleh pemahaman mengenai prinsip dasar keuangan syariah dan digital marketing. Pada aspek keterampilan, peserta memperoleh pengalaman praktik dalam melakukan pencatatan keuangan dan membuat konten pemasaran digital. Sementara itu, pada aspek kesadaran, peserta mulai memahami pentingnya pengelolaan usaha yang terencana dan berkelanjutan.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pemberdayaan UMKM perlu diarahkan tidak hanya pada pemberian bantuan material, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Kemampuan mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi merupakan modal penting bagi pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Dengan adanya peningkatan kapasitas tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu mengelola kegiatan usaha secara lebih profesional, meningkatkan jangkauan pemasaran, serta mengambil keputusan berdasarkan kondisi keuangan yang lebih terukur. Pada akhirnya, peningkatan kemampuan tersebut dapat menjadi fondasi dalam memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat dan mendukung keberlanjutan UMKM.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Pemberdayaan UMKM melalui Pendampingan Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat” menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pelaku UMKM perlu dilakukan secara terpadu melalui penguatan kemampuan pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital. Permasalahan yang dihadapi mitra tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan pemasaran, tetapi juga dengan belum optimalnya pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha serta masih terbatasnya pemahaman mengenai prinsip keuangan syariah.

Pelaksanaan kegiatan melalui tahapan identifikasi permasalahan, edukasi, pelatihan, praktik, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk memperoleh pengetahuan sekaligus keterampilan praktis. Pendampingan literasi keuangan

syariah membantu mitra memahami pentingnya pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengelolaan modal, serta pengambilan keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Sementara itu, pendampingan digital marketing meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media sosial dan media digital sebagai sarana promosi dan pengembangan pasar.

Integrasi literasi keuangan syariah dan digital marketing menjadi pendekatan yang relevan dalam memperkuat kemandirian UMKM. Kemampuan mengelola keuangan secara tertib memberikan dasar bagi pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang lebih terencana, sedangkan kemampuan memanfaatkan teknologi digital membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM tidak hanya diarahkan pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada penguatan kapasitas pelaku usaha agar mampu mengelola dan mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pendampingan berkelanjutan diperlukan agar pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama program dapat diterapkan secara konsisten. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya perlu diarahkan pada monitoring berkala, penguatan pencatatan keuangan digital, pengembangan strategi *branding*, optimalisasi marketplace, serta pendampingan dalam mengakses layanan keuangan syariah. Upaya tersebut diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan usaha dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kemandirian ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiliya, L., Syarif, M. E., Sumiyati, M. A. N., & Firdaus, R. M. (2025). *The relations of Sharia Financial Literacy, Financial Inclusion, and Business Sustainability*. Indonesian Journal of Economics and Management, 5(3). <https://doi.org/10.35313/ijem.v5i3.6579>
- Armiani, A., Murjana, I. M., Octavia, Y. F., et al. (2026). *Transformasi Digital UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan untuk Penguatan Literasi Digital dan Peningkatan Omzet di Kecamatan Lingsar, Lombok Barat*. Valid Jurnal Pengabdian.
- Arya, N. A., Wardanhi, S. S. P., & Nugraha, R. N. P. (2026). *Pemberdayaan UMKM Desa Cilellang melalui Pelatihan Promosi Digital Berbasis Media Sosial dan Visual Storytelling*. Jurnal Dinamika Pengabdian, 11(4). <https://doi.org/10.20956/jdp.v11i4.48603>.
- Askandar, N. S., Alrasyid, H., & Asri, N. W. (2026). *Islamic Fintech Adoption and MSME Financial Inclusion in Indonesia*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, 21(1). <https://doi.org/10.24843/JIAB.2026.v21.i01.p03>

- Diyani, L. A., Oktapriana, C., & Rachman, H. A. (2023). *Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan bagi Penggiat UMKM Usia Muda*. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri).
- Fauzi, A. K. K., Wardah, S., Prathama, B. D., et al. (2024). *Sosialisasi dan Pendampingan Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM*. Transformasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat.
- Harahap, A. I., Harahap, D., & Cahyani, U. E. (2024). *Pengaruh Akses Keuangan dan Digital Marketing terhadap Pertumbuhan UMKM dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 9(3). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.22872>
- Haviv, I. R., & Winarsih. (2024). *Peranan Digital Transformation dalam Memediasi Hubungan Literasi Keuangan dengan Kinerja Keuangan UKM*. Accounting Global Journal, 8(1). <https://doi.org/10.24176/agj.v8i1.12350>
- Kembang, L. P., Maryanti, S., Wardani, L., & Samsumar, L. D. (2025). *Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing sebagai Strategi Transformasi Branding dan Pemasaran UMKM*. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri).
- Kusama, F. H., Cahyana, B. B., Aradheadwiputra, et al. (2026). *Strategi Pengembangan Kapasitas UMKM Mikro di Desa Neglasari melalui Program Pelatihan dan Pendampingan*. Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 9(1). <https://doi.org/10.57178/paradoks.v9i1.2003>.
- Lantip, L., & Muhlis, M. (2025). *Peningkatan Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran Digital pada Pelaku UMKM di Desa Lasem, Sedyu, Gresik*. SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(4). <https://doi.org/10.56910/sewagati.v4i4.3404>
- Mintardjo, C. M. O., Tampenawas, J. L. A., Philipus, C. R., Ogi, I. W. J., & Sumual, J. I. (2026). *Model Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Teknologi bagi UMKM: Implementasi pada Kelurahan Molas, Kecamatan Bunaken, Kota Manado*. Jurnal EMBA, 14(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v14i1.66834>.
- Rachmadani, W. S., Margunani, & Rachmadi, M. F. (2024). *Assistance and Digitalization of MSMEs Based on Optimization of Digital Promotional Content Creation*. Indonesian Journal of Devotion and Empowerment, 5(2). <https://doi.org/10.15294/ijde.v5i2.71970>
- Rahmanto, D. N. A., & Handayani, A. (2026). *Islamic Financial Literacy, Inclusion, and MSME Financial Well-Being: The Mediating Role of Islamic Banking Intention*. Al-Muhtarifin: Islamic Banking and Islamic Economic Journal, 5(2).
- Rohmania, A. S., Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). *Developing Islamic financial literacy in improving Islamic financial behavior towards the financial well-being of MSMEs: The moderating effect of e-payment usage*. Journal of Islamic Economics Lariba, 9(2). <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol9.iss2.art2>
- Setyawati, D. P., Juliaha, S., Karismawati, Y., Amanah, S., & Mastuti. (2026). *Transformasi Digital UMKM Rengginang: Model Pendampingan Holistik Berbasis Participatory Action Research*. Abdi Dharma, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.31253/ad.v6i1.4071>.
- Suwarsi, A. A., Sharfina, A. G., & Anggraeni, A. (2022). *Portrait of MSMEs' Islamic Financial Literacy and The Impact on Business Development*. Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies, 18(1), 207–233. <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v18i1.12991>