



DARMABAKTI CENDEKIA: Journal of Community Service and Engagements

www.e-journal.unair.ac.id/index.php/DC

FINANCIAL AND DIGITAL MARKETING LITERACY TRAINING TO INCREASE ENTREPRENEURSHIP INTENTION IN MALANG KNITTING COMMUNITY

PELATIHAN LITERASI KEUANGAN DAN DIGITAL MARKETING
UNTUK MENINGKATKAN MINAT WIRAUSAHA PADA KOMUNITAS
RAJUT MALANG

Scope:
Social Economic

Ajeng Rachma Pertiwi¹ , Rindah Febriana Suryawati*² , Ditya Permatasari² , Elsha Sophia¹ 

¹ Departemen Bisnis, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga - Indonesia

² Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang - Indonesia

ABSTRACT

Background: Malang Knitting Community (KRM) is a community of knitting women in Malang City, Indonesia which is facing a problem of a lack of financial literacy, especially regarding how to prepare financial statements and digital marketing of each community member. **Objective:** This activity aims to provide financial literacy and digital marketing training for KRM members to increase interest in starting a business. **Method:** This community service provided in-class offline training on the topics of financial literacy and digital marketing and followed by coaching in preparing financial reports. The impact evaluation was conducted through discussions with KRM members regarding the success of the program. **Results:** After training and coaching, the number of respondents interested in starting a business increased from 30% to 100% and they understood and were able to prepare a simple financial statement. **Conclusion:** The training and coaching activities on the topics of financial literacy and digital marketing provide positive benefits to KRM members. Similar activities are still very relevant to be carried out in various communities.

ARTICLE INFO

Received 15 September 2024

Revised 25 September 2024

Accepted 13 November 2024

Online 02 December 2024

*Correspondence (Korespondensi):
Rindah Febriana Suryawati

E-mail:
rindah.febriana.s@vokasi.unair.
ac.id

Keywords:

Digital Marketing; Financial
Literacy; Knitting Community;
Interest in Starting A Business

ABSTRAK

Latar belakang: Komunitas Rajut Malang (KRM) merupakan komunitas ibu-ibu merajut di Kota Malang, Indonesia yang menghadapi permasalahan kurangnya pengetahuan tentang literasi keuangan, terutama bagaimana cara menyusun laporan keuangan dan pemasaran digital dari setiap anggota komunitas. **Tujuan:** Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan literasi keuangan dan pemasaran digital kepada anggota KRM serta meningkatkan minat memulai usaha. **Metode:** Pengabdian masyarakat ini berbentuk pelatihan offline di dalam kelas dengan topik literasi keuangan dan pemasaran digital kemudian dilanjutkan dengan pembinaan penyusunan laporan keuangan. Evaluasi dampak dilakukan melalui diskusi dengan anggota KRM mengenai keberhasilan program. **Hasil:** Setelah dilakukan pelatihan dan pembinaan, jumlah responden yang berminat memulai usaha meningkat dari 30% menjadi 100% dan mereka memahami serta mampu menyusun laporan keuangan sederhana. **Kesimpulan:** Kegiatan pelatihan dan pembinaan dengan topik literasi keuangan dan pemasaran digital memberikan manfaat positif bagi anggota KRM. Kegiatan serupa masih sangat relevan untuk dilakukan di berbagai komunitas.

Kata kunci:

Pemasaran Digital; Literasi
Keuangan; Komunitas Rajut;
Minat untuk Memulai Usaha

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk memacu minat berwirausaha sebagai bentuk langkah konkret dalam mendongkrak kemandirian ekonomi. Minat untuk berwirausaha atau dapat pula disederhanakan sebagai minat usaha (*interest of business*) merupakan keinginan untuk mempelajari, mengetahui, membuktikan, dan menciptakan suatu usaha baru (Ardiyanti dan Mora, 2019). Minat usaha timbul dari dalam diri seseorang karena adanya ketertarikan dan keinginan pada usaha tersebut. Kemampuan dalam kewirausahaan secara signifikan meningkatkan keyakinan individu untuk memulai usaha, yang pada gilirannya mendorong minat kewirausahaan (Souitaris, 2019). Kecukupan pengetahuan tentang proses bisnis secara langsung berkontribusi pada peningkatan minat individu untuk memulai usaha (Turker & Selcuk, 2020). Hasil penelitian Nurhayati dan Noermijati (2022) menyatakan bahwa persepsi, motivasi, lingkungan keluarga, dan tingkat pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat untuk berkarir di bidang *start-up*.

Pelaku usaha seringkali mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya diantaranya adalah karena rendahnya tingkat literasi keuangan mereka. Istilah literasi keuangan dikenal dengan pengetahuan keuangan atau pendidikan keuangan. Argumentasi akan pentingnya literasi keuangan telah berkembang luas mulai dari entitas besar hingga entitas mikro. Menurut Anggraeni (2015), literasi keuangan mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha. Literasi keuangan ini dapat mempengaruhi berbagai keputusan terkait ekonomi dan bisnis mereka, diantaranya: mempengaruhi keputusan investasi (Halim et al., 2022) dan mempengaruhi perilaku menabung individu (Suryawati dan Oetari, 2021). Pemberian literasi keuangan secara spesifik diharapkan dapat mendorong anggota komunitas untuk mengembangkan usahanya dengan pengetahuan sumber pendanaan yang dapat diakses dan cara mengaksesnya, serta bagaimana menyiapkan laporan keuangan sederhana untuk mendukung pencarian pendanaan tersebut.

Pemasaran digital, yang berkembang sejak tahun 1990 dan 2000-an, merupakan pemasaran produk dan jasa yang dilakukan melalui internet dan juga melalui *mobile phone*, iklan digital, atau media digital lainnya (Desai, 2019). Manfaat dari pemasaran digital ini adalah: memudahkan untuk menganalisis kebutuhan dan keinginan pelanggan, memberikan *channel* tambahan pemasaran berupa *e-marketing*, dan mendukung peningkatan

kepuasan pelanggan melalui kemudahan dan kecepatan mengakses informasi produk dan jasa (Chaffey dan Ellis-Chadwick, 2016). Bala dan Verma (2018) berargumen bahwa sebuah bisnis dapat memperoleh manfaat dari pemasaran digital seperti *Search Engine Optimization (SEO)* dan *Search Engine Marketing (SEM)*, pemasaran konten, pemasaran *influencer*, otomatisasi konten, pemasaran *e-commerce*, pemasaran kampanye, dan pemasaran media sosial, pengoptimalan media sosial, email pemasaran langsung, iklan bergambar, *e-book*, *optical disk*, dan *game*.

Komunitas Rajut Malang (KRM) merupakan sebuah komunitas yang menjadi wadah bagi para pecinta rajut di Malang Raya (Kota/Kab Malang dan sekitarnya). Komunitas ini dibentuk dari tahun 2009. Sejak dibentuk, Komunitas Rajut Malang rutin mengadakan pertemuan rutin yang biasa diberi istilah oleh mereka dengan “kopdar” yang dilaksanakan pada minggu pertama setiap sebulannya. Dalam kopdar tersebut, anggota komunitas berbagi pengalaman terkait bagaimana teknik-teknik merajut dan melakukan kegiatan merajut bersama-sama, juga berbagi informasi terkini terkait industri rajut. KRM beranggotakan kurang lebih 134 perajut dengan sekretariat yang berlokasi di JL. Bunga Coklat No 23 RT.05 RW.03 Kelurahan Jatimulyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Potensi yang dimiliki mitra cukup besar, hal ini dapat dilihat dari salah satu anggota yang sudah rutin memasarkan hasil rajut pada sebuah hotel di Kota Malang. Peminat dari hasil rajut ini tidak hanya dari warga lokal namun hingga mancanegara. Permasalahan utama yang dihadapi oleh KRM adalah hampir setengah dari total anggota hanya mengikuti untuk menyalurkan hobi saja. Hal ini dikarenakan keinginan untuk mengembangkan hasil karya rajut terkendala dengan tingkat literasi atau kurangnya pengetahuan mengenai cara pengelolaan keuangan, memperoleh modal dan pemasaran digital. Tiap anggota bertanggung jawab sendiri terhadap hasil karya rajut miliknya.

Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pelatihan literasi keuangan dan pemasaran digital kepada anggota KRM serta meningkatkan minat memulai usaha. Terdapat tiga langkah dalam program pengabdian pada masyarakat ini. Pertama adalah memberikan literasi pengelolaan keuangan dalam bentuk pelatihan, agar anggota KRM yang ingin mengembangkan usaha memiliki wawasan dasar yang memadai untuk menyusun laporan keuangan sederhana untuk memperoleh modal usaha. Kedua, memberikan pelatihan digital marketing melalui media sosial dan juga *platform marketplace*. Ketiga, pengabdian masyarakat juga memfasilitasi pendampingan bagi penyusunan

laporan keuangan sederhana menggunakan *Microsoft Excel* bagi anggota komunitas yang telah konsisten memasarkan produknya walaupun dalam skala mikro.

METODE

KRM didirikan pada awalnya untuk mewadahi aktivitas hobi merajut, yang kemudian berkembang sebagian menjadi unit bisnis anggotanya dalam skala mikro. KRM ini memiliki kantor sekretariat di Kota Malang dengan jumlah anggota 134 orang. Kegiatan KRM ini diantaranya adalah berupa kumpul bersama (*kopdar*) sebulan sekali untuk saling berbagi informasi terkait teknik rajut maupun isu-isu terkait bisnis rajut lainnya. Selama ini permasalahan yang dialami anggota adalah kendala dalam mengembangkan hobi menjadi bisnis rajut, yaitu keterbatasan pengetahuan terkait keuangan terutama permodalan sehingga tidak berfikir untuk menjual hasil karya rajut hanya sekedar menyalurkan hobi. Anggota yang ingin memulai usaha kurang memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan serta pemanfaatan media sosial untuk memasarkan hasil karya rajut. Oleh karena itu, bentuk kegiatan pengabdian ini adalah berupa pelatihan literasi keuangan dan *digital marketing*. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. Persiapan

Persiapan pelatihan dilakukan melalui beberapa kali pertemuan (*rapat*). Rapat awal adalah rapat perencanaan, yang dihadiri oleh tim pelaksana pengabdian dan perwakilan pengurus KRM. Rapat ini membahas tentang kebutuhan pengabdian masyarakat seperti publikasi acara (*flyer & backdrop*), materi, kuisisioner, souvenir peserta, konsumsi dan lain-lain. Berikutnya juga ditambahkan *Focus Group Discussion (FGD)* secara *online* untuk menggali informasi yang ada pada komunitas beserta permasalahannya.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini diwujudkan dalam dua topik pelatihan yaitu: Pelatihan Literasi Keuangan dan Pelatihan *Digital Marketing*. Pelatihan dilakukan secara tatap muka di *Malang Creative Center* lantai 6 ruang perpustakaan pada tanggal 6 Agustus 2023 dengan peserta yaitu perwakilan anggota KRM sebanyak 30 orang. Dasar pemilihan 30 peserta pelatihan sekaligus sebagai responden ini adalah (1) berminat mengikuti pelatihan, (2) mampu menggunakan *handphone android*, dan (3) memiliki media sosial minimal *Instagram* atau *Facebook*. Kegiatan dimulai dengan registrasi peserta dan

pembagian *seminar kit* serta *handout* materi. Acara dimulai dari pembukaan, menyanyikan lagu Indonesia Raya dan sambutan oleh perwakilan tim pengabdian masyarakat. Acara dilanjutkan dengan moderator memandu pemaparan materi dari kedua narasumber, pertama tentang literasi perencanaan keuangan usaha, kemudian tentang *digital marketing* melalui pemanfaatan media sosial. Sesi berikutnya moderator membuka sesi diskusi yang berjalan seru karena antusias yang tinggi dari peserta dalam mengikuti kegiatan.

Selanjutnya setelah sesi tanya jawab selesai, peserta diminta untuk mengisi kuisisioner yang akan digunakan sebagai bahan untuk pembuatan artikel ilmiah/jurnal yang menjadi luaran dari pengabdian masyarakat ini. Kuisisioner diberikan sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui peningkatan jumlah peminat wirausaha sebagai dampak telah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan. Kegiatan pengabdian masyarakat diakhiri dengan pengumuman pemberian hadiah untuk peserta terbaik sebagai bentuk apresiasi pada sesi tanya jawab. Disamping itu, juga ada sesi penyerahan sertifikat pada narasumber dan juga mitra (Gambar 1).



Gambar 1. Pemberian Hadiah, Souvenir dan Sertifikat

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi kegiatan ini dilaksanakan oleh internal perguruan tinggi Universitas Airlangga dalam dua tahap: (1) secara *online* melalui *zoom* terkait perkembangan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan (2) secara *offline* dengan mengadakan kunjungan langsung pada mitra KRM. Evaluasi keberhasilan program dilaksanakan dengan cara *FGD* antara tim PKM dengan mitra. Proses pengawasan dan evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan pengelolaan keuangan dan *digital marketing* dengan pemanfaatan media sosial telah dilaksanakan. Evaluasi juga dilakukan pada responden tentang pemahaman mereka pada materi pelatihan serta minat untuk memulai usaha. Tim pelaksana pengabdian masyarakat juga menerapkan evaluasi internal berupa lembar *checklist target* luaran program. Tim pelaksana

pengabdian menghimpun saran perbaikan yang disampaikan oleh mitra agar kegiatan di tahun selanjutnya lebih baik lagi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian pada masyarakat akan diuraikan dengan struktur: menyajikan gambaran umum responden, uraian pelaksanaan kegiatan pelatihan secara tatap

muka maupun *online*, dan diakhiri dengan analisis kesesuaian kegiatan dengan tujuan yang ingin dicapai termasuk kendala yang dihadapi beserta solusinya, juga analisis potensi kegiatan lanjutan di masa berikutnya.

1. Gambaran umum responden

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dibatasi untuk diberikan pada 30 dari total 134 anggota komunitas KRM. Tabel 1 berikut ini menyajikan gambaran statistik deskriptif dari responden.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden

	Faktor	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	1	3,33%
	Perempuan	29	96,67%
Usia	21-30	4	13,33%
	31-40	5	16,67%
	41-50	16	53,33%
	51-60	5	16,67%
Tingkat Pendidikan	SMA	13	43,33%
	Diploma	4	13,33%
	Sarjana	13	43,33%
Waktu Menekuni Kegiatan Merajut	0 - 5 tahun	14	46,67%
	6 - 10 tahun	6	20,00%
	11 - 15 tahun	5	16,67%
	16 - 20 tahun	2	6,67%
	21 - 25 tahun	1	3,33%
	dias 25 tahun	2	6,67%

Sumber: Data diolah

Hanya 1 dari 30 responden yang berjenis kelamin laki-laki, menggambarkan bahwa kegiatan merajut masih belum menjadi hal yang menarik bagi laki-laki. Seperti yang disampaikan dalam *Bisnis.com*, bahwa pria yang merajut kerap dianggap kurang '*macho*' dan terlalu '*feminine*' (Herlinda, 2016). Usia dominan responden adalah 41-50 tahun dimana ini adalah usia produktif dengan tingkat pendidikan dominan adalah sama antara sarjana dan SMA. Mayoritas anggota KRM ini menekuni aktivitas merajut selama kurang dari 5 tahun.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh para anggota komunitas rajut malang. Total peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat sebanyak 30 orang. Gambar 2 menunjukkan foto bersama kegiatan pengabdian pada masyarakat.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta Kegiatan

Fintech adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi, biasanya berupa suatu sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik. Dengan *Fintech*

anggota dapat mengajukan pinjaman tanpa harus ada jaminan/anggunan. Anggota KRM juga diberikan pelatihan mengenai literasi keuangan yakni perencanaan anggaran usaha baru serta penyusunan laporan keuangan sederhana.

Fintech memberikan inovasi dan transformasi dari transaksi secara tradisional ke dalam bentuk digital, dengan proses yang lebih singkat, mudah, dan terjangkau dengan adanya platform digital (Darmawan et al., 2020). *Fintech* yang paling banyak diminati di Indonesia adalah *peer to peer lending* seperti *Aku Laku*, *Kredivo*, dan sebagainya (Alamsyah, 2020). Walaupun membebankan *interest rate* yang cukup tinggi tetap saja banyak peminjam yang beralih kepada *Fintech* (Hidayat et al., 2020). Hal ini dikarenakan berbagai kemudahan yang ditawarkan yakni dengan syarat yang mudah, dapat dilakukan kapan saja dan prosesnya yang begitu cepat.

Hal yang tak kalah penting dilakukan oleh para pelaku usaha yakni mempertimbangkan aspek *marketing*. Aspek *marketing* akan mendukung dalam meningkatkan omset penjualan yang diterima. Banyak cara pemasaran dapat dilakukan, perkembangan saat ini *digital marketing* mulai banyak diminati oleh para pelaku usaha. *Digital marketing* melalui media sosial dapat menjadi pilihan untuk memasarkan produk. Banyak media sosial yang sering digunakan oleh orang Indonesia antara lain *instagram*, *youtube*, *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *tiktok*, *line*, *tumblr*, *pinterest*, dan *telegram*. Dengan melakukan *digital marketing* para pelaku usaha dapat menjangkau pelanggan dengan lebih cepat, tepat dan luas hingga ke mancanegara. Gambar 3 dibawah ini adalah penggalan materi kedua yaitu *digital marketing*.

Materi Pelatihan *Digital Marketing* berisi tentang *Social Media Marketing (SMM)* yaitu pelatihan strategi pemasaran bisnis, jasa, atau produk melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok* dengan tujuan membangun hubungan dan interaksi dengan audiens. Dengan lebih dari 4,2 miliar pengguna di seluruh dunia, media sosial memberikan peluang besar bagi bisnis untuk menjangkau audiens secara efisien, meningkatkan *brand awareness*, mengarahkan *traffic* ke *website*, serta meningkatkan layanan pelanggan. Melalui SMM, bisnis dapat menggunakan konten interaktif yang menarik untuk meningkatkan *engagement*, membuka peluang percakapan tentang merek, dan memahami kebutuhan audiens secara lebih baik, memanfaatkan platform populer seperti *Twitter*, *YouTube*, dan *LinkedIn* untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

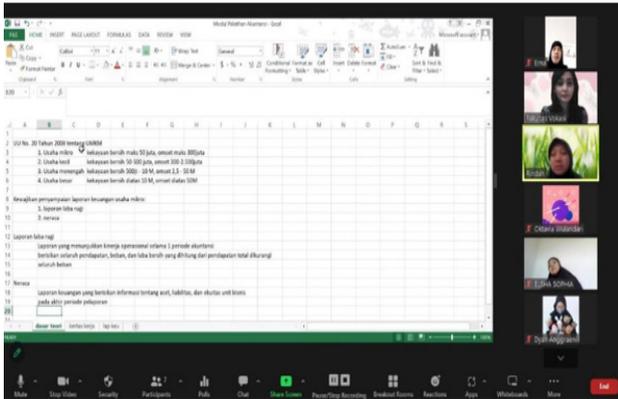


Gambar 3. Materi Strategi Social Media Marketing

Tujuan utama pemasaran digital adalah menarik pelanggan dan memungkinkan pemasar dan pelanggan berinteraksi melalui pemanfaatan media elektronik oleh pemasar untuk mempromosikan produk atau layanan ke pasar (Peter dan Vecchia, 2021). Anggota KRM diajarkan cara membuat pemasaran menarik melalui media sosial seperti cara beriklan di *Instagram*, cara mengambil foto produk yang menarik untuk di *publish* di media sosial, *caption* yang diletakkan pada foto, dan lain-lain. Dari hasil pelatihan anggota KRM dapat memulai untuk memasarkan hasil karya rajut di media sosial yang dimiliki. Pada akhir sesi peserta mengisi kuisisioner untuk keperluan penulisan jurnal ilmiah terkait kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.

3. Pelaksanaan Pendampingan

Kegiatan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana dilakukan melalui media *zoom* dan *google drive* untuk file yang dikerjakan bersama (Gambar 4). Pelatihan ini menggunakan software yang paling mudah dan telah dikuasai anggota yaitu *Microsoft Excel*. Pada awal pendampingan, diberikan pengetahuan tentang standar akuntansi yang berlaku untuk entitas mikro, kecil dan menengah. Penjelasan kemudian dilanjutkan dengan contoh-contoh transaksi yang relevan dengan bisnis rajut yang kemudian dibahas secara interaktif dengan responden hingga *output* laporan keuangan sederhana dihasilkan. *Template* akuntansi sederhana ini kemudian diberikan kepada responden untuk dapat disebarkan dan dimanfaatkan untuk kepentingan penyusunan laporan keuangan sederhana mereka. *Template* ini juga kemudian diajukan untuk mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual sebagai luaran tambahan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.



Gambar 4. Pendampingan Melalui Zoom

4. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan monitoring dilaksanakan oleh institusi kampus dalam dua tahap yaitu secara *online* melalui zoom terkait *progress* kegiatan pengabdian masyarakat dan secara *offline* dengan mengadakan kunjungan langsung pada mitra KRM, memberikan hasil bahwa proses kegiatan pengabdian ini tergolong lancar sesuai dengan tujuan dan rencana yang telah ditetapkan. Sebagai bentuk evaluasi keberhasilan program, tim pelaksana pengabdian masyarakat melakukan FGD dengan mitra. Pengawasan dan evaluasi dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan pengelolaan keuangan dan *digital marketing* dengan pemanfaatan media sosial telah dilaksanakan. Tim pelaksana pengabdian masyarakat juga menerapkan evaluasi internal berupa lembar *checklist* target luaran program. Tabel 2 berikut ini menyajikan ringkasan jumlah responden yang mengisi pertanyaan tentang apakah responden berminat untuk memulai wirausaha atau tidak sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Hasil evaluasi yang dapat digarisbawahi terkait tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah keberhasilan tim dalam meningkatkan minat untuk memulai usaha dari 30% menjadi 100%. Jumlah responden yang berminat sebelum pelatihan adalah 9 orang (30%) dan setelah pelatihan adalah 30 (100%). dan meningkatnya pemahaman materi literasi keuangan dan *digital marketing*.

Tabel 2. Minat Untuk Berwirausaha Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Faktor	Sebelum Latihan	Setelah Latihan
Tidak Berminat	21 (70%)	0 (0%)
Berminat	9 (30%)	30 (100%)
Jumlah	30 (100%)	30 (100%)

Sumber: Data diolah

Tim pelaksana pengabdian menghimpun saran perbaikan yang disampaikan oleh mitra agar kegiatan di tahun selanjutnya lebih baik lagi. Adapun saran yang dibahas pada saat FGD evaluasi adalah adanya kebutuhan untuk pengenalan dan pendampingan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan. Pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan *Microsoft Excel* telah dipahami oleh responden dengan bukti berupa laporan keuangan sederhana yang telah dihasilkan. Hal ini kemudian memicu keingintahuan anggota komunitas/responden untuk mempelajari aplikasi penyusunan keuangan berbasis *android*. Diskusi dalam pelatihan juga memberikan catatan permohonan pendampingan strategi pengelolaan keuangan keluarga secara sederhana dan kewirausahaan. Terkait pelatihan *digital marketing*, anggota komunitas juga cukup antusias dan memberikan saran untuk diadakannya sesi konsultasi terkait cara memasarkan produk agar dapat menembus pangsa pasar luar negeri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan minat untuk membuka usaha bagi anggota Komunitas Rajut Malang (KRM) yang terkendala karena keterbatasan pengetahuan atau literasi perencanaan keuangan dan *digital marketing*. Kegiatan ini diakhiri dengan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan *Microsoft Excel*. Kebutuhan pendampingan ini merupakan bentuk peningkatan literasi anggota setelah pelatihan, dimana pada saat pelatihan mereka menjadi paham bahwa jika mereka membuka usaha rajut maka harus dapat menyusun laporan keuangan sederhana untuk mendukung pengembangan usaha mereka. Kegiatan ini disimpulkan telah memenuhi tujuannya, dimana seluruh peserta meningkat minatnya untuk memulai usaha, memahami materi pelatihan, bahkan dapat memberikan dampak lanjutan berupa kemampuan anggota dalam menyusun laporan keuangan sederhana menggunakan *Microsoft Excel*. Evaluasi keseluruhan program menyatakan bahwa kelemahan dari kegiatan ini kapasitas peserta yang terbatas, pelatihan yang harusnya sekaligus merupakan *workshop* sehingga efisien, dan kurangnya analisis kuantitatif dari dampak pelatihan pada peningkatan minat untuk memulai usaha itu sendiri.

Adapun saran yang diberikan terhadap hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan antara lain: (1) Diperlukan kegiatan lanjutan dengan mengadakan kegiatan berupa pendampingan penggunaan salah satu aplikasi pengelolaan keuangan; (2) Dilakukan pendampingan strategi pengelolaan keuangan keluarga secara sederhana dan kewirausahaan; (3) Pendampingan

pemasaran produk agar dapat menembus pangsa pasar dalam hingga luar negeri mengingat hasil rajut memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri yang biasanya akan disukai oleh konsumen luar negeri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Fakultas Vokasi Universitas Airlangga, sebagai pihak yang telah membiayai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Mitra yakni Komunitas Rajut Malang (KRM), Ibu Dyah dan Bu Dini selaku pengurus KRM, para peserta perwakilan anggota KRM, para narasumber dan seluruh anggota tim PKM sehingga kegiatan ini dapat terselenggara dengan baik. "Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dengan pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini".

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, W., 2020. Laporan Pemantauan Tren Penindakan Kaus Korupsi Semester I 2020.
- Anggraeni, B.D, 2015. Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus: UMKM Depok. *J. Vokasi Indones.* Vol. 3(1), Pp. 1-10. <https://doi.org/10.7454/jvi.v3i1.1066>.
- Ardiyanti, D., Mora, Z, 2019. Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa. *J. Samudra Ekon. Dan Bisnis* Vol. 10(2), Pp. 168-178.
- Bala, M., Verma, D, 2018. A Critical Review of Digital Marketing.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F.E, 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*.
- Darmawan, N.A.S., Suwena, K.R., Wiguna, I.G.N.H, 2020. Edukasi Inklusi Keuangan berbasis Fintech bagi Para Pelaku Umkm di Desa Sangsit Kabupaten Buleleng. *Proceeding Senadimas Undiksha* Pp. 1260-1267.
- Desai, V, 2019. Digital Marketing: A Review. *Int. J. Trend Sci. Res. Dev.* Vol. 5(5), Pp. 196-200.
- Halim, M.P., Matoati, R., Viana, E.D., Suryawati, R.F, 2022. Pengaruh Literasi Keuangan dan Green Perceived Risk terhadap Keputusan Investasi Milenial Jawa Barat. *J. Manaj. Dan Organ.* Vol. 13(2), Pp. 203-212.
- Herlinda, W.D, 2016. Merajut di Kalangan Kaum Muda: Hobi Baru Ladang Bisnis. *Bisnis.com*. URL <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20160117/263/510395/merajut-di-kalangan-kaum-muda-hobi-baru-ladang-bisnis> (accessed 11.17.24).
- Hidayat, A.S., Alam, F.S., Helmi, M.I, 2020. Consumer Protection on Peer to Peer Lending Financial Technology in Indonesia. *Int. J. Sci. Technol. Res.* Vol. 9(1), Pp. 4069-4072.
- Nurhayati, A., Noermijati, 2022. Pengaruh Persepsi, Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Tingkat Pengetahuan terhadap Minat untuk Berkarir di Bidang Start-Up. *J. Kewirausahaan Dan Inov.* Vol. 1(4), Pp. 376-387. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.4.01>.
- Peter, M.K., Vecchia, M.D, 2021. The Digital Marketing Toolkit: A Literature Review for the Identification of Digital Marketing Channels and Platforms. *New Trends in Business Information Systems and Technology*.
- Suryawati, R.F., Oetari, A.D, 2021. The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Saving Behavior for Undergraduate Students in Indonesia. Presented at the Proceedings of the 1st International Conference on Sustainable Management and Innovation, EAI, Pp. 1-24.
- Souitaris, V, 2019. Entrepreneurial Skills and Intention: Evidence from a Study of Young Adults. *Journal of Entrepreneurship Education*.
- Turker, D., & Selcuk, S, 2020. The Role of Business Knowledge in Entrepreneurial Intentions: A Study Among University Students. *International Journal of Entrepreneurship*.