

PELATIHAN INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL DAN PENGUATAN EKONOMI KELUARGA BAGI ANGGOTA PIMPINAN RANTING 'AISYIYAH SEDAYULAWAS, JAWA TIMUR

Suyitno^{1*}, Yulie Wahyuningsih², Ardista Dwi Elsanias³, Silvi Aulia Putri⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Indonesia

yitnomasdar@umla.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Keterbatasan literasi digital di kalangan anggota 'Aisyiyah Sedayulawas, Jawa Timur, menjadi masalah utama yang menghambat pemanfaatan teknologi digital untuk penguatan ekonomi keluarga. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi digital peserta melalui pelatihan yang meliputi pengelolaan keuangan digital, pembangunan personal brand, dan strategi bisnis online. Metode yang digunakan adalah workshop interaktif dengan mitra Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas, diikuti oleh 30 peserta yang berasal dari anggota ranting. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman, serta kuesioner kepuasan untuk menilai efektivitas pelatihan. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, dengan rata-rata skor post-test (70) yang lebih tinggi dibandingkan pre-test (40). Peserta juga mampu mempraktikkan materi pelatihan, seperti membuat akun e-commerce dan mengelola media sosial untuk bisnis digital. Selain itu, 75% peserta menilai materi sangat sesuai dengan kebutuhan mereka. Kegiatan ini berhasil meningkatkan softskill dan hardskill peserta, membuka peluang peningkatan pendapatan keluarga melalui bisnis digital, serta mendorong keberlanjutan pembelajaran melalui pendampingan via group WhatsApp dan rencana *coaching clinic*.

Kata Kunci: Literasi Digital; Ekonomi Keluarga; Bisnis Digital; 'Aisyiyah.

Abstract: *The limitation of digital literacy among members of 'Aisyiyah Sedayulawas, East Java, is the main problem that hinders the use of digital technology to strengthen the family economy. The purpose of this service is to increase participants' digital literacy through training that includes digital financial management, personal brand development, and online business strategy. The method used was an interactive workshop with the partner of the Branch Leader 'Aisyiyah Sedayulawas, followed by 30 participants from branch members. Evaluations were conducted through pre-tests and post-tests to measure improvement in understanding, as well as satisfaction questionnaires to assess the effectiveness of training. The results showed a significant improvement in participants' understanding, with an average post-test score (70) higher than pre-test (40). Participants are also able to practice training materials, such as creating e-commerce accounts and managing social media for digital businesses. In addition, 75% of participants rated the material as very suitable for their needs. This activity succeeded in improving the soft skills and hard skills of participants, opening up opportunities to increase family income through digital business, and encouraging learning sustainability through mentoring via WhatsApp groups and coaching clinic plans.*

Keywords: *Digital Literacy; Family Economics; Digital Business; 'Aisyiyah.*



Article History:

Received: 16-03-2025

Revised : 30-04-2025

Accepted: 30-04-2025

Online : 02-06-2025



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital yang pesat pada era globalisasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, pendidikan, dan sosial budaya (Hapsah *et al.*, 2024). Transformasi digital membuka peluang ekonomi baru seperti *e-commerce*, *fintech*, dan ekonomi kreatif yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya perempuan sebagai pengelola ekonomi keluarga (Budiartiningsih *et al.*, 2025). Namun, kemajuan tersebut juga menimbulkan tantangan dalam hal adaptasi, terutama bagi kelompok masyarakat yang belum memiliki keterampilan literasi digital yang memadai (Maslamah & Anawarudin, 2023). Oleh karena itu, pelatihan literasi digital menjadi kebutuhan mendesak, terutama dalam rangka penguatan ekonomi keluarga berbasis komunitas seperti yang dihadapi oleh anggota Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas.

Dampak transformasi digital terhadap ekonomi sangat signifikan, terutama dalam memperluas akses pasar dan peluang penghasilan bagi pelaku usaha kecil dan rumah tangga (Fu *et al.*, 2021). Platform seperti marketplace dan media sosial memungkinkan individu untuk memulai bisnis digital meskipun dari wilayah pedesaan (Ayuni *et al.*, 2024; Rahayu & Fitriani, 2023). Namun, rendahnya literasi digital menjadi hambatan serius, terutama bagi ibu rumah tangga yang belum familiar dengan strategi pemasaran digital atau pengelolaan keuangan berbasis teknologi (Kusumawati *et al.*, 2024). Dengan demikian, upaya peningkatan literasi digital melalui pelatihan berbasis interaktif merupakan langkah penting untuk memberdayakan ekonomi keluarga, sesuai dengan tujuan kegiatan yang telah ditetapkan.

Tantangan rendahnya tingkat literasi digital semakin kompleks di daerah pedesaan, di mana keterbatasan infrastruktur, akses pelatihan, dan kesenjangan antar generasi menjadi penghalang utama (Candrasari *et al.*, 2020). Generasi muda cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi dibandingkan generasi tua, termasuk di kalangan perempuan (Zamista & Charona, 2023). Kesenjangan tersebut berdampak langsung pada kesenjangan ekonomi, karena literasi digital berkorelasi positif dengan kemampuan untuk mengakses peluang usaha dan informasi digital (Sulistiyowati & Agustina, 2021; Nafisah *et al.*, 2022). Pelatihan literasi digital berbasis komunitas yang dilakukan di kalangan 'Aisyiyah tidak hanya menjadi solusi atas hambatan teknologi, tetapi juga sebagai sarana peningkatan kesejahteraan keluarga berbasis penguatan kapasitas perempuan.

Literasi digital merupakan kunci utama untuk memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal, terutama bagi perempuan yang memiliki peran strategis dalam mengelola keuangan dan ekonomi rumah tangga. Literasi ini meliputi kemampuan menggunakan perangkat digital, memahami etika digital, dan mengelola informasi serta transaksi secara aman dan produktif (Tuhuteru *et al.*, 2024; Candrasari *et al.*, 2020).

Penelitian Nurhayati *et al.* (2021) menunjukkan bahwa ibu rumah tangga yang mampu menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menjual produk rumahnya mengalami peningkatan pendapatan hingga 30%. Model pemberdayaan digital berbasis komunitas seperti ini dinilai efektif karena mampu menyesuaikan konteks lokal dan memperkuat kohesi social (Cahyono *et al.*, 2024). Lebih lanjut, Susetyo & Firmansyah, (2023) menekankan bahwa literasi digital yang terintegrasi dengan literasi keuangan dan keterampilan wirausaha lebih berdampak terhadap peningkatan ekonomi keluarga dibanding pendekatan satu dimensi. Pelatihan berbasis kebutuhan nyata dan praktik langsung tidak hanya mempercepat transfer pengetahuan, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta sebagai pelaku ekonomi digital (Purbaratri *et al.*, 2024).

Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas, Jawa Timur, merupakan komunitas perempuan yang potensial namun menghadapi tantangan literasi digital yang cukup kompleks. Sebagai organisasi yang berbasis nilai-nilai pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga, 'Aisyiyah menjadi mitra strategis dalam penguatan kapasitas literasi digital berbasis komunitas (Saharuddin *et al.*, 2024). Namun demikian, keterbatasan akses terhadap pelatihan teknologi, kurangnya perangkat digital, dan ketimpangan informasi menjadi penghambat utama optimalisasi potensi ekonomi digital mereka (Arum *et al.*, 2024). Dalam konteks ini, Syahrani *et al.*, (2025) menekankan bahwa intervensi yang melibatkan pelatihan langsung, praktik berbasis media sosial, dan pendampingan melalui teknologi sederhana seperti *WhatsApp group* sangat efektif untuk meningkatkan partisipasi perempuan dalam ekonomi digital. Sangat penting dipahami, bahwa model penguatan berbasis komunitas seperti yang dilakukan pada kegiatan ini telah dibuktikan keberhasilannya dalam berbagai program pengabdian masyarakat, khususnya ketika menasar perempuan pedesaan yang minim literasi teknologi namun memiliki antusiasme tinggi terhadap usaha mandiri (Fatchiya *et al.*, 2023; Ningsih, 2024). Dengan desain pelatihan yang sesuai konteks lokal dan pendekatan partisipatif, kegiatan ini tidak hanya menjawab kebutuhan peningkatan keterampilan digital, tetapi juga membuka akses ekonomi baru yang inklusif dan berkelanjutan bagi perempuan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab kebutuhan mendesak akan peningkatan kapasitas literasi digital di kalangan anggota Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas sebagai bagian dari strategi penguatan ekonomi keluarga. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa model pelatihan interaktif berbasis komunitas sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital, terutama ketika dikombinasikan dengan metode praktik langsung dan pendampingan berkelanjutan (Wahyudi & Kurniasih, 2021; Chusnul *et al.*, 2025). Kegiatan ini dilandasi oleh pendekatan partisipatif, menurut Reed *et al.* (2023), menjadi pendekatan kunci dalam memberdayakan kelompok perempuan

melalui media digital. Selain itu, Suhaeli *et al.* (2024) menegaskan pentingnya menjadikan komunitas lokal sebagai pusat intervensi dalam menjembatani kesenjangan digital antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Model pengabdian semacam ini juga diperkuat oleh temuan Rofiah *et al.* (2025) dan Handayani (2022), yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik nyata, seperti pembuatan akun *e-commerce* dan pemasaran produk via media sosial, mampu meningkatkan kemampuan wirausaha ibu rumah tangga secara signifikan. Keberadaan 'Aisyiyah sebagai mitra strategis memberikan dasar sosial yang kuat untuk keberhasilan kegiatan, karena anggotanya telah memiliki jaringan komunitas yang kohesif dan semangat pemberdayaan yang tinggi (Sunanih *et al.*, 2022). Maka, kegiatan ini tidak hanya bersifat pelatihan teknis, tetapi juga sebagai bagian dari gerakan sosial yang memperkuat ketahanan ekonomi keluarga melalui penguasaan keterampilan digital secara kolektif dan berkelanjutan.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis dalam tiga tahapan utama, yaitu: (1) tahap persiapan; (2) tahap pelaksanaan pelatihan; dan (3) tahap evaluasi serta keberlanjutan. Pada tahap persiapan, dilakukan identifikasi peserta melalui koordinasi dengan pimpinan ranting 'Aisyiyah, penyusunan modul pelatihan berbasis kebutuhan lokal, dan penyiapan logistik pelatihan. Modul pelatihan disusun berdasarkan hasil studi literatur dan praktik baik dari penelitian terdahulu yang menekankan pada integrasi pengelolaan keuangan digital, personal branding, serta strategi bisnis online berbasis media sosial (Dubbelink *et al.*, 2021; Drummond *et al.*, 2020; Rochefort & Ndlovu, 2024). Tahap pelaksanaan dilakukan dalam format workshop interaktif, termasuk ceramah tematik, simulasi penggunaan platform digital, serta praktik pembuatan akun dan konten promosi digital. Studi Helmi *et al.* (2025) dan Trisninawati & Sartika, (2024) menegaskan bahwa metode *hands-on* sangat efektif dalam meningkatkan literasi digital perempuan dewasa di komunitas berbasis agama. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan, serta kuesioner kepuasan untuk menilai efektivitas pelatihan (Hati & Kurnia, 2023). Tahap keberlanjutan mencakup pembentukan grup pendampingan via *WhatsApp* dan rencana *coaching clinic* yang dirancang untuk mempertahankan efek pelatihan dalam jangka panjang. Pola tersebut mengacu pada praktik terbaik dalam model *community learning* dan *peer mentoring* sebagaimana dikembangkan dalam literatur pengabdian masyarakat berbasis gender (Mukhzamilah *et al.*, 2022).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Sedayulawas, Jawa Timur, tepatnya di Gedung PGRI Korwil Bidang Pendidikan Kecamatan Brondong, dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi anggota Aisyiyah sebagai mitra pengabdian masyarakat dan kebutuhan mendesak akan peningkatan literasi

digital di Desa Sedayulawas. Lokasi ini dipilih karena aksesibilitas yang baik, dukungan dari anggota Aisyiyah yang sangat antusias, serta potensi keberhasilan yang tinggi dalam mencapai tujuan kegiatan. Selain itu, Gedung PGRI memiliki fasilitas yang memadai, seperti ruangan yang luas, peralatan multimedia, dan akses internet yang stabil, sehingga mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan. Tahapan dan metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis untuk memastikan tercapainya tujuan peningkatan literasi digital dan penguatan ekonomi keluarga (Nugroho *et al.*, 2020). Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari: tahap persiapan, tahap pelaksanaan, serta tahap evaluasi dan keberlanjutan. Sebagaimana tampak pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

No	Tahapan	Keterangan
1	Tahap Persiapan	<ul style="list-style-type: none"> a) Koordinasi awal untuk mengidentifikasi anggota 'Aisyiyah sebagai peserta yang memenuhi kriteria. b) Penyusunan modul pelatihan literasi digital yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. c) Penyiapan administrasi dan pembentukan panitia pelaksana. d) Penentuan jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan.
2	Tahap Pelaksanaan	<p>Pelatihan literasi digital dilakukan dalam beberapa sesi:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Strategi Mengelola Keuangan Rumah Tangga di Era Digital oleh Suyitno, S.E., M.M. b) Strategi Membangun Personal Brand sebagai Afiliator Sukses di Era Digital oleh Tiara Fajriyah Nulayatna, S.Sos. c) TikTok Business Starter Pack: Langkah Praktis Membangun Bisnis Online dari Nol oleh Bunga Yustika Inadiafa, S.KM. <p>Metode pelatihan meliputi ceramah interaktif, praktik langsung, dan pendampingan.</p>
3	Tahap Evaluasi dan keberlanjutan	<ul style="list-style-type: none"> a) Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. b) Monitoring selama pelatihan untuk memastikan keterlibatan aktif peserta. c) Analisis hasil pelatihan dan Pendampingan berkelanjutan.

Pengukuran keberhasilan kegiatan dilakukan melalui beberapa indikator dan metode. Pertama, peningkatan skor literasi digital peserta diukur berdasarkan perbandingan hasil pre-test dan post-test. Kedua, kemampuan peserta dalam mempraktikkan materi pelatihan, seperti membuat akun e-commerce dan mengelola media sosial untuk menjalankan bisnis digital,

menjadi indikator keberhasilan praktis. Ketiga, tanggapan positif peserta terhadap pelatihan diukur melalui kuesioner kepuasan yang dibagikan di akhir kegiatan. Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persiapan

Kegiatan persiapan diawali dengan koordinasi intensif antara tim PKM dan Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas untuk mengidentifikasi anggota yang memenuhi kriteria sebagai peserta pelatihan. Kriteria peserta meliputi kesediaan untuk mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, memiliki minat dalam pemanfaatan teknologi digital, serta memiliki potensi untuk mengembangkan usaha mandiri. Selanjutnya, tim pelaksana menyusun modul pelatihan literasi digital yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta, mencakup materi tentang pengelolaan keuangan digital, pembangunan personal brand, dan strategi bisnis online. Modul dirancang secara praktis dan aplikatif agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang yang beragam. Selain itu, dilakukan penyiapan administrasi, seperti pembuatan surat undangan, daftar hadir, dan perizinan kegiatan, serta pembentukan panitia pelaksana yang terdiri dari tim fasilitator, koordinator lapangan, dan tim dokumentasi. Penentuan jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan juga dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan peserta dan fasilitas yang memadai di Gedung PGRI Korwil Bidang Pendidikan Kecamatan Brondong.

2. Pelaksanaan Pelatihan Literasi Digital

Pelatihan literasi digital dilaksanakan selama satu hari, tepatnya pada tanggal 09 februari 2025, bertempat di Gedung PGRI Korwil Bidang Pendidikan Kecamatan Brondong, dengan peserta sebanyak 30 anggota 'Aisyiyah Sedayulawas. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk penguatan ekonomi keluarga. Metode pelatihan yang digunakan meliputi ceramah interaktif, praktik langsung, dan pendampingan, yang dirancang untuk memastikan peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari (Mahrinasari et al., 2024). Peserta pelatihan merupakan anggota Aisyiyah dengan rata-rata berusia 30 sampai dengan 60 yang memiliki usaha dan tertarik untuk memulai usaha serta memiliki kemampuan untuk membuat konten digital, sebagaimana tampak pada Gambar 1.



Gambar 1. Suasana peserta pelatihan literasi digital

Materi pertama disampaikan oleh Ketua Tim PKM dan Dosen Matakuliah Pemasaran Digital, dengan topik Strategi Mengelola Keuangan Rumah Tangga di Era Digital. Peserta diajarkan cara memanfaatkan aplikasi keuangan digital untuk mengatur pemasukan dan pengeluaran keluarga secara efisien. Materi ini juga mencakup tips mengidentifikasi dan menghindari penipuan online, serta memanfaatkan platform digital untuk investasi kecil-kecilan. Peserta juga diberikan pemahaman agar disiplin dalam mencatat transaksi keuangan dan memanfaatkan fitur-fitur otomatis pada aplikasi keuangan untuk memudahkan pengelolaan keuangan sehari-hari. Metode penyampaian materi dilakukan secara interaktif, dengan sesi tanya jawab dan praktik langsung menggunakan smartphone peserta, sehingga memastikan mereka tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata (Anwar, 2021).

Materi kedua pelatihan disampaikan oleh seorang afiliator sukses dan Kreator konten digital, dengan topik Strategi membangun personal brand sebagai afiliator sukses di era digital. Materi ini dirancang untuk membantu peserta memahami pentingnya personal branding dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital, khususnya sebagai afiliator. Tiara memulai sesi dengan menjelaskan konsep dasar personal branding, yaitu bagaimana membangun citra diri yang menarik dan profesional di media sosial. Peserta diajarkan cara mengidentifikasi keunikan diri mereka, menentukan target audience, serta menyusun konten yang relevan dan menarik. Selanjutnya, membahas strategi memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk membangun personal brand. Peserta diajarkan teknik membuat konten visual yang menarik, memahami algoritma media sosial, serta memanfaatkan fitur-fitur seperti *Instagram Stories*, *Reels*, dan *Facebook Ads* untuk meningkatkan *engagement* (Sardjono, 2021).

Narasumber juga memberikan pemahaman tentang program afiliasi dan cara memanfaatkannya untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Peserta diajarkan cara bergabung dengan platform afiliasi, memilih produk yang sesuai dengan personal brand mereka, serta membuat konten promosi yang menarik tanpa terkesan terlalu "salesy". Metode penyampaian materi dilakukan secara interaktif, dengan sesi tanya jawab, diskusi kelompok, dan praktik langsung. Peserta terlihat antusias mengikuti setiap langkah yang diajarkan, dan banyak di antara mereka yang mulai memahami potensi

besar dari personal branding dan program afiliasi. Materi ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Materi ketiga disampaikan oleh seorang pebisnis online dan owner bisnis online yang sukses dari Semarang, dengan topik *business starter pack*: langkah praktis membangun bisnis online dari nol. Materi ini disampaikan untuk membantu peserta memanfaatkan platform TikTok sebagai alat pemasaran dan penjualan produk secara efektif. Binta memulai sesi dengan menjelaskan potensi besar TikTok sebagai platform bisnis, terutama dalam menjangkau audiens muda dan dinamis. Peserta diajarkan langkah-langkah praktis untuk memulai bisnis online dari nol, dimulai dari pembuatan akun TikTok bisnis hingga pengoptimalan profil untuk menarik perhatian calon pelanggan. Selanjutnya menjelaskan cara membuat konten video yang menarik dan relevan dengan target pasar. Peserta diajarkan teknik dasar pembuatan video, seperti penggunaan efek, musik, dan teks yang sesuai dengan tren terkini, materi ini juga mencakup strategi memanfaatkan fitur TikTok Shop dan TikTok Ads untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk (Werthi & Perwira, 2024).

Peserta juga diajarkan cara mengidentifikasi tren dan memanfaatkannya untuk meningkatkan engagement. Pemateri memberikan contoh-contoh praktis tentang bagaimana konten viral dapat mendorong penjualan produk secara signifikan. Peserta juga diajarkan cara berkolaborasi dengan *influencer* atau kreator lain untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Praktik langsung dilakukan dengan membuat konten video pendek dan mengunggahnya ke platform TikTok. Peserta dibimbing secara bertahap dan diberikan pendampingan oleh tim, mulai dari pengambilan video, editing, hingga publikasi. Peserta terlihat antusias dan mulai memahami potensi besar TikTok sebagai platform bisnis.

Pelaksanaan pelatihan literasi digital bagi anggota 'Aisyiyah Sedayulawas berjalan dengan sukses dan mencapai tujuan yang diharapkan. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan digital, pembangunan personal brand, dan strategi bisnis online melalui TikTok, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung materi yang diajarkan. Antusiasme peserta terlihat dari partisipasi aktif selama sesi pelatihan, diskusi interaktif, serta keberhasilan mereka dalam membuat akun *e-commerce*, mengelola media sosial, dan memproduksi konten kreatif. Dukungan penuh dari fasilitator, metode pelatihan yang praktis, dan suasana belajar yang kolaboratif menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta dapat memanfaatkan keterampilan literasi digital yang diperoleh untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan menjadi agen perubahan di lingkungan sekitar, sekaligus membuka pintu bagi pengembangan program serupa di masa mendatang.

3. Evaluasi dan Keberlanjutan

Evaluasi pelatihan literasi digital dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Pre-test diberikan sebelum pelatihan dimulai untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal peserta, sementara post-test diberikan setelah pelatihan selesai untuk menilai sejauh mana peserta memahami dan menguasai materi. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai indikator keberhasilan pelatihan dan dasar untuk perbaikan program di masa depan, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil peniaian pres test dan post test

No	Aspek Penilaian	Rata-rata Skor Pre-test	Rata-rata Skor Post-test	Peningkatan
1	Pengelolaan Keuangan Digital	45	75	30
2	Pembangunan Personal Branding	40	70	30
3	Strategi Bisnis Online melalui TikTok	35	65	30
Rata-rata Total		40	70	30

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan, dengan rata-rata peningkatan skor sebesar 30 poin. Hal ini membuktikan efektivitas metode pelatihan yang digunakan, termasuk ceramah interaktif, praktik langsung, dan pendampingan langsung. Evaluasi program pelatihan literasi digital juga dilakukan dengan cara menilai efektivitas kegiatan serta memahami sejauh mana peserta mendapatkan manfaat dari materi yang telah disampaikan. Evaluasi ini dilakukan melalui pengisian formulir *Google Form* yang telah dibagikan oleh panitia kepada seluruh peserta pelatihan. Formulir evaluasi mencakup aspek pemahaman peserta setelah pelatihan, seperti tingkat pemahaman peserta dan tingkat kepuasan terhadap materi yang telah diberikan, serta kendala yang masih dihadapi dalam menerapkan literasi digital dalam aktivitas ekonomi mereka. Selain itu, peserta juga diminta untuk memberikan saran dan masukan guna meningkatkan kualitas pelatihan di masa mendatang. Hasil evaluasi dapat disajikan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Respon peserta terhadap pengelolaan pelatihan

No.	Pernyataan	Tanggapan Peserta				
		Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Buruk
1.	Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta	75%	25%			
2.	Kedalaman dan cakupan materi	58,3%	41,7%			

No.	Pernyataan	Tanggapan Peserta			
		Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik
3.	Penyajian materi oleh Narasumber	75%	20,8%		
4.	Keterlibatan peserta dalam pelatihan	54,2%	33,3%	12,5%	
5.	Kejelasan penyampaian materi	75%	20,8%		
6.	Kesiapan dan penguasaan materi oleh Narasumber	70,8%	20,8%	8,3%	
7.	Interaksi dan komunikasi Narasumber dengan peserta (<i>Feedback</i>)	58,3%	37,5%		
8.	Kualitas fasilitas pelatihan (ruang, alat, dll.)	54,2%	33,3%	12,5%	
9.	Ketersediaan bahan/materi pelatihan	54,2%	33,3%	12,5%	
10.	Kelancaran dan keteraturam pelaksanaan pelatihan	58,3%	29,2%	12,5%	

Berdasarkan hasil tanggapan peserta, pelatihan literasi digital dinilai sangat baik dalam hal kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta (75% sangat baik), penyajian materi oleh narasumber (75% sangat baik), dan kejelasan penyampaian materi (75% sangat baik). Selain itu, kesiapan dan penguasaan materi oleh narasumber juga mendapat apresiasi tinggi (70,8% sangat baik). Meskipun demikian, beberapa aspek seperti keterlibatan peserta (54,2% sangat baik) dan kualitas fasilitas pelatihan (54,2% sangat baik) masih perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, peserta memberikan tanggapan positif terhadap pelaksanaan pelatihan, dengan mayoritas menilai kelancaran dan keteraturan pelaksanaan pelatihan dinilai baik hingga sangat baik (58,3%), menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil memenuhi harapan peserta dan dapat menjadi dasar untuk perbaikan program serupa di masa mendatang.

Keberlanjutan kegiatan pelatihan literasi digital diwujudkan melalui pendampingan intensif yang dilakukan melalui group WhatsApp yang beranggotakan 39 orang, terdiri dari para peserta pelatihan, trainer, dan tim pelaksana PKM. Group ini difungsikan sebagai media komunikasi dan konsultasi bagi peserta untuk bertanya, berbagi pengalaman, serta mendapatkan bantuan teknis terkait implementasi materi pelatihan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, direncanakan juga *coaching clinic* secara periodik yang akan diadakan secara insidental untuk memberikan pendalaman materi, evaluasi progres peserta, dan solusi atas tantangan yang dihadapi. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan ini, diharapkan peserta dapat terus mengembangkan keterampilan literasi digital mereka dan memaksimalkan potensi ekonomi keluarga secara berkelanjutan.

4. Tantangan dan Kendala

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan literasi digital, terdapat beberapa tantangan dan kendala yang dihadapi, di antaranya adalah kesenjangan kemampuan peserta dalam memahami teknologi digital, di mana sebagian peserta masih awan dan membutuhkan waktu lebih lama untuk menguasai materi. Selain itu, keterbatasan infrastruktur, seperti jaringan internet yang tidak stabil dan perangkat *smartphone* yang kurang memadai, juga menjadi hambatan selama pelatihan. Kendala lain adalah waktu pelatihan yang terbatas, sehingga tidak semua materi dapat dibahas secara mendalam. Meskipun demikian, tim pelaksana berupaya mengatasi tantangan ini dengan memberikan pendampingan intensif, memodifikasi materi agar lebih mudah dipahami, serta memanfaatkan *group WhatsApp* dan rencana *coaching clinic* untuk memastikan keberlanjutan pembelajaran.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan literasi digital bagi anggota 'Aisyiyah Sedayulawas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk penguatan ekonomi keluarga, dengan rata-rata skor *post-test* (70) yang lebih tinggi dibandingkan *pre-test* (40). Peserta juga mampu mempraktikkan materi pelatihan, seperti membuat akun *e-commerce* dan mengelola media sosial untuk bisnis digital. Selain itu, 75% peserta menilai materi sangat sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun, beberapa tantangan seperti kesenjangan kemampuan peserta, keterbatasan infrastruktur, dan waktu pelatihan yang terbatas perlu menjadi perhatian untuk perbaikan di masa depan. Sebagai saran, pendampingan berkelanjutan melalui *group WhatsApp* dan *coaching clinic* perlu dioptimalkan, sementara pelatihan lanjutan dengan durasi lebih panjang dan materi yang lebih mendalam dapat dipertimbangkan untuk memastikan peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan mereka secara maksimal. Selain itu, kolaborasi dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah dan penyedia layanan digital, dapat dilakukan untuk memperbaiki infrastruktur pendukung, seperti jaringan internet dan akses perangkat teknologi, sehingga kegiatan serupa dapat berjalan lebih efektif dan inklusif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Majelis Dikti Litbang Pimpinan Pusat Muhammadiyah atas pendanaan melalui Hibah Risetmu, LPPM Universitas Muhammadiyah Lamongan atas dukungan penuh, fasilitas, dan bimbingan teknis, serta Pimpinan Ranting 'Aisyiyah Sedayulawas, Jawa Timur, sebagai mitra PKM yang telah menyediakan peserta, waktu, tenaga, dan pikiran, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar dan mencapai

tujuan yang diharapkan; semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut untuk program pengabdian masyarakat yang lebih baik di masa depan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar, S. (2021). The Need for Improvement of Digital Literacy to Fighting Against Fake News in Indonesia. *Webology*, 18(SI05), 630–645. <https://doi.org/10.14704/WEB/V18SI05/WEB18251>
- Arum, P. R., Amri, S., Ridwan, M., Puspitasari, L., Supriyadin, S., & Putro, D. P. (2024). Implementasi Sistem Informasi Kemitraan Berbasis Cloud Untuk Meningkatkan Keterjangkauan dan Aksesibilitas Bagi UMKM Aisiyiah Jawa Tengah. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 10166–10173.
- Ayuni, R. D., Hayat, M. A., Apriliyanti, R., Basrahil, R., & Rico. (2024). Penggunaan Media Sosial Melalui Lterasi Digital. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5), 1–10.
- Budiartiningsih, R., Ekwarso, H., & Kurniasih, C. E. (2025). Mewujudkan smart society 5.0 melalui edukasi literasi cerdas bermedia bagi perempuan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(1), 11–12.
- Cahyono, H., Sutantri, S., & Mala, I. K. (2024). Pengembangan Model Bisnis Inklusif Berbasis Digital Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Baitul Maal Wal Tamwil (BMT). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 1326–1341.
- Candrasari, Y. C., Dyva Claretta, & Sumardjiajti. (2020). Pengembangan Dan Pendampingan Literasi Digital UntukPeningkatan Kualitas Remaja Dalam Menggunakan Internet. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 611–618. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4003>
- Chusnul, R., Mardi, A., & Primaadi, A. (2025). Inovasi Pemasaran Digital Kelompok GSH Morosunggingan Guna Peningkatan Ekonomi Keluarga. *COMVICE: Journal Of Community Service*, 8(2), 33–42. <https://doi.org/10.26533/comvice.v8i2.1317>
- Chusnul Rofiah, Suaidah, Y. M., & Widijanto, S. R. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial: Kreasi Tas Hajatan dan Daster dari Sarung Bekas. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 11–22. <https://doi.org/10.59024/faedah.v3i1.1231>
- Drummond, C., O'Toole, T., & McGrath, H. (2020). Digital engagement strategies and tactics in social media marketing. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1247–1280. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0183>
- Dubbelink, S. I., Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). Social Media Marketing as a Branding Strategy in Extraordinary Times: Lessons from the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(18), 10310. <https://doi.org/10.3390/su131810310>
- Fatchiya, A., Wijianto, A., Prasetyo, K., & Sulistiawati, A. (2023). Rumah Rumah Kita: Model Pemberdayaan Perempuan Tani Secara Terpadu Menuju Pencapaian SDG's. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 376–385. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.3.376-385>
- Fu, X., Avenyo, E., & Ghauri, P. (2021). Digital platforms and development: a survey of the literature. *Innovation and Development*, 11(2–3), 303–321. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2021.1975361>
- Handayani, A. (2022). Pendampingan Pengaplikasian E-Commerce dan Pelatihan Peyusunan Laporan Keuangan Sederhana Pada Ibu Rumah Tangga di Desa Trojalu, Baureno, Bojonegoro. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 2(1), 1–4. <https://doi.org/10.30587/jpmanajemen.v2i1.4068>
- Hapsah, R. H., Zahrah, F. A., & Yasin, M. (2024). Dinamika interaksi manusia, masyarakat, dan budaya dalam era globalisasi dan modernisasi. *Jurnal Ilmu Pendidikan \& Sosial (SINOVA)*, 2(2), 191–202.

- Hati, F. S., & Kurnia, A. R. (2023). Evaluasi Skor Pre-Test dan Post-Test Peserta Pelatihan Pelayanan Kontrasepsi bagi Dokter dan Bidan di Fasilitas Pelayanan Kesehatan di BKKBN Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Edutrained: Jurnal Pendidikan Dan Pelatihan*, 7(1), 67–78.
- Helmi, S., Setyadi, B., Wedadjati, R. S., AM, M. A., & Yahya, N. (2025). Digital Literacy Model To Improve The Marketing Skills Of Msme Women With A Community-Based Educational Approach. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 9(1), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v9i1.32670>
- Kusumawati, A., Salsabilla, A. N., & Iswanto, N. S. P. (2024). Sosialisasi Literasi Digital dan Village Branding Berbasis Website. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(4), 5–8.
- Mahrinasari, M. S., Bangsawan, S., & Sabri, M. F. (2024). Local wisdom and Government's role in strengthening the sustainable competitive advantage of creative industries. *Heliyon*, 10(10), 247–255. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31133>
- Maslamah, M., & Anawarudin, A. (2023). Gerakan Literasi Berbasis Digital Library di Komunitas Masjid. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(2), 1755. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i2.12099>
- Mukhzamilah, M., Basri, A., Marsudi, I., Haryudo, S. I., & Haq, M. (2022). Pelatihan Pengembangan Digitalisasi Local Wisdom Berbasis Mobile APPs Sebagai Rintisan Desa Pancasila. *Transformasi Dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 136–148.
- Nafisah, S., Anggraeni, A. D., & Pentury, H. J. (2022). PKM Pemberdayaan Perempuan Melalui Peningkatan Keterampilan Literasi Digital dan Entrepreneurship. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(3), 408–415. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i3.4202>
- Nugroho, A., Sari, R., & Utami, P. (2020). Pemanfaatan E-commerce untuk Peningkatan Pendapatan UKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56.
- Nurhayati, S., Sari, R., & Utami, P. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Produk Kerajinan Tangan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(3), 112–125.
- Purbaratri, W., Tachjar, N. K., & DT, L. P. (2024). Peningkatan daya saing UMKM melalui pelatihan digital marketing berbasis Canva. *Jurnal KKN Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 1–5.
- Qalbia, F., & Saputra, M. R. (2024). Transformasi digital dan kewirausahaan syariah di era modernitas: Peluang dan tantangan dalam ekonomi syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(2), 389–406.
- Rahayu, D., & Fitriani, R. (2023). Strategi Peningkatan Literasi Digital bagi Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 11(1), 34–45.
- Reed, N. D., Sarche, M., Shrestha, U., Bull, S., Howley, C. T., Shangreau, C., Asdigian, N. L., Vossberg, R. L., Leon, J. S., & Kaufman, C. E. (2023). Creating a Virtual Indigenist Community-Based Participatory Approach: Lessons Learned from Centering Urban Native Young Women in Research. *Adversity and Resilience Science*, 4(4), 423–433. <https://doi.org/10.1007/s42844-023-00114-z>
- Rocheftort, T., & Ndlovu, Z. (2024). Digital Marketing Strategies in Building Brand Awareness and Loyalty in the Online Era. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(2), 107–114. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i2.539>
- Saharuddin, E., Khumaira, A., & Fathah, R. N. (2024). Pemberdayaan Anggota Ranting 'Aisyiyah Guwosari Dalam Peningkatan Ketahanan Pangan Melalui Sistem Budikdamber. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 10412–10416.
- Sardjono, W. (2021). The impact of digital literation on social and economic factors

- in urban communities. *ICIC Express Letters*, 15(4), 397–407. <https://doi.org/10.24507/icicel.15.04.397>
- Sari Ningsih, D. (2024). Pengembangan Program Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi di Desa Wukirsari Cangkringan Sleman. *MUJAHADA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 56–73. <https://doi.org/10.54396/mjd.v2i2.1655>
- Suhaeli, E., Nasution, N. A., Januarika, J., Setyaningsih, R., & Rudi, R. (2024). Strategi Digitalisasi Untuk Kemandirian UMKM dan Pemberdayaan Wanita: Pengabdian Masyarakat di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 323–329.
- Sulistiyowati, F., & Agustina, F. K. (2021). Literasi Digital Dalam Meningkatkan Kemampuan Wirausaha Online Pada Ibu-Ibu KKPA (Komite Kesejahteraan dan Perlindungan Anak) Dusun Jodog Desa Gilangharjo Pandak Kabupaten Bantul. *SHARE: "SHaring - Action - REflection,"* 7(2), 67–72. <https://doi.org/10.9744/share.7.2.67-72>
- Sunanih, S., Hendrawan, B., & Febrian, S. (2022). The Role Of 'Aisyiyah City of Tasikmalaya in Social Services, Education and Community Health. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 6(2), 1129–1135. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v6i2.2169>
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. (2023). Literasi ekonomi, literasi keuangan, literasi digital dan perilaku keuangan di era ekonomi digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261–279.
- Syahrani, C. P., Lutfiah, D. A. F., & Idhoh, N. H. (2025). Digital Branding Introduction for UMKM Women's Group PKK RT 07 RW 13 Blimbing Malang: SDGs Implementation in Gender-Based Economic Empowerment: Pengenalan Branding Digital UMKM Kelompok PKK RT07/RW13 Blimbing Malang: SDGs Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Gen. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, 9(1), 23–30.
- Trisninawati, T., & Sartika, D. (2024). Digital literacy model to improve the marketing skills of micro, small, and medium enterprises women with a community-based educational approach. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2). <https://doi.org/10.29210/020244149>
- Tuhuteru, H., Sumah, J., Etwiory, U. N., & Samusamu, R. (2024). PKM Literasi Digital dan Implementasi Website. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5), 1–10.
- Wahyudi, D., & Kurniasih, N. (2021). Narasi Perempuan dan Literasi Digital di Era Revolusi Industri 4.0. *SETARA: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32332/jsga.v3i1.3286>
- Werthi, K. T., & Perwira, A. (2024). Penguatan Literasi Digital di Era Digital Ekonomi Sebagai Program Penguatan Peran Perempuan Sebagai Penopang Ekonomi Keluarga. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 606–610. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7560>
- Zamista, A. A., & Charona, M. S. (2023). Tingkat Literasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Keterampilan Abad-21 Mahasiswa ditinjau dari Perspektif Gender. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(4), 745–756. <https://doi.org/10.37329/cetta.v6i4.2760>