

## Transformasi Ekonomi Lokal melalui Digitalisasi Pemasaran dan Literasi Keuangan pada Kelompok Wanita Tani di Desa Ajaobaki, Kabupaten Timor Tengah Selatan

Novi Theresia Kiak<sup>1</sup>, Sarlin Paleina Nawa Pau<sup>2</sup>, Yuri Sandra Fa'ah<sup>3</sup>, Maria Indriyani Hewe Tiwu<sup>4</sup>, Yohana Febiani Angi<sup>5</sup>, Clarce Sarliana Maak<sup>6</sup>, Andri Paulus Loe<sup>7</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Nusa Cendana, Indonesia<sup>1,4</sup>

Program Studi Manajemen Universitas Nusa Cendana<sup>3,6</sup>

Pendidikan Ekonomi Universitas Nusa Cendana<sup>7</sup>

\*E-mail: [novi.kiak@staf.undana.ac.id](mailto:novi.kiak@staf.undana.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 28-11-2025

Revised: 01-12-2025

Accepted: 12-12-2025

#### Keywords

Digitalisasi pemasaran, literasi keuangan, pemberdayaan perempuan, UP2K, ekonomi lokal.

### ABSTRACT

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas ekonomi kelompok UP2K Wanita Tani Suka Maju di Desa Ajaobaki, Kabupaten Timor Tengah Selatan, melalui integrasi digitalisasi pemasaran dan literasi keuangan berbasis pendekatan partisipatif. Masalah utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan strategi pemasaran konvensional, rendahnya kemampuan inovasi produk, serta tidak adanya sistem pencatatan keuangan. Kegiatan dilaksanakan melalui penyuluhan, pelatihan praktik (*learning by doing*), dan pendampingan intensif dengan model *community-based development* dan *co-creation*. Hasil program menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam mengelola media sosial dan marketplace, memproduksi konten digital, serta memperluas jangkauan pasar hingga luar desa. Inovasi produk dan pengembangan kemasan berbahan lokal turut meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi usaha. Selain itu, pelatihan literasi keuangan memungkinkan peserta memahami perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), melakukan pencatatan keuangan sederhana, serta memanfaatkan QRIS sebagai alat transaksi digital. Program ini menunjukkan bahwa integrasi pemasaran digital dan literasi keuangan mampu mendorong transformasi ekonomi lokal, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat kemandirian perempuan sebagai aktor utama ekonomi komunitas. Temuan ini memberikan model pemberdayaan yang dapat direplikasi pada konteks desa lainnya.

*This Community Partnership Program (PKM) aims to strengthen the economic capacity of the UP2K "Suka Maju" Women Farmers Group in Ajaobaki Village, South Central Timor Regency, through the integration of digital marketing and financial literacy using a participatory empowerment approach. The group initially faced several challenges, including limited conventional marketing strategies, minimal product innovation, and the absence of financial record-keeping systems. The program was implemented through a series of workshops, practical training using a learning by doing approach, and intensive mentoring based on community-based development and co-creation models. The results indicate significant improvements in the participants' ability to manage social media and marketplace accounts, produce high-quality digital content, and expand market reach beyond the village. Product innovation and the development of locally sourced packaging also contributed to enhancing product value and competitiveness. Furthermore, the financial literacy component enabled participants to calculate the Cost of Goods Sold (COGS), maintain simple financial records, and utilize QRIS for digital transactions. Overall, this program demonstrates that integrating digital marketing and financial literacy can effectively drive local economic transformation, increase income, and strengthen women's autonomy as key actors in community-based economic development. The findings highlight a replicable model of women's empowerment for other rural contexts.*

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



**How to Cite:** Kiak, N. T., Pau, S. P, N., Fa'ah, Y. S., Tiwu, M. I. H., Angi, Y. F., Maak, C. S., Loe, A. P. (2025). Transformasi Ekonomi Lokal melalui Digitalisasi Pemasaran dan Literasi Keuangan pada Kelompok Wanita Tani di Desa Ajaobaki, Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Haumeni Journal of Education*, 5(3), 340-346. doi: 10.35508/haumeni.v5i3.26524

---

## PENDAHULUAN

Peran perempuan dalam pembangunan ekonomi lokal menjadi aspek strategis dalam penguatan kesejahteraan rumah tangga dan komunitas Desa Sajogyo, sebagaimana dikutip dalam Fatmawati (2018), menjelaskan bahwa keterlibatan perempuan dalam aktivitas ekonomi merupakan bagian penting dari strategi peningkatan pendapatan keluarga. Namun, dalam konteks wilayah pedesaan seperti Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS), partisipasi perempuan masih menghadapi hambatan struktural. Data Badan Pusat Statistik (2020) menunjukkan bahwa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan pada periode 2015-2019 berada pada kisaran 29–66 persen, jauh berada di bawah laki-laki yang konsisten di angka 80 persen ke atas. Kondisi ini mencerminkan adanya keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi, teknologi, dan peluang kerja formal (Badan Pusat Statistik, 2020) serta memperlihatkan bagaimana faktor sosial budaya ikut membentuk ketimpangan tersebut (Fatmawati, 2018).

Dalam situasi tersebut, keberadaan kelompok wanita tani menjadi motor penggerak ekonomi kreatif berbasis lokal. Kelompok UP2K Wanita Tani Suka Maju di Desa Ajaobaki merupakan contoh nyata bagaimana perempuan pedesaan mampu membangun ekonomi kreatif melalui aktivitas pengolahan makanan, penjualan cenderamata, hingga pengelolaan kedai kopi berbasis komoditas lokal seperti jahe, kunyit, dan kopi (Jurnal PKM BIMA 2.docx). Aktivitas usaha kelompok ini tidak hanya membuka peluang pendapatan baru bagi perempuan, tetapi juga berfungsi sebagai pasar bagi petani sekitar karena produk mereka memanfaatkan hasil panen masyarakat sebagai bahan baku utama. Perkembangan ini ditandai dengan sejumlah capaian kelompok, seperti penghargaan Siddhakarya serta kemenangan pada Festival Desa Binaan Bank NTT.

Meskipun demikian, tantangan utama masih terlihat pada aspek pemasaran. Sistem pemasaran yang masih konvensional membuat jangkauan produk terbatas, sementara pemanfaatan digital marketing belum optimal karena rendahnya keterampilan teknologi, lemahnya identitas merek, serta kualitas konten pemasaran yang belum memenuhi standar pasar digital (Rahmawati & Suryani, 2021). Pada saat yang sama, literasi keuangan kelompok juga masih rendah, ditandai dengan tidak adanya pencatatan keuangan, belum dilakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta tidak digunakannya instrumen pembayaran digital seperti QRIS. Kondisi ini menyebabkan lemahnya kemampuan perencanaan usaha, kesulitan menentukan harga jual yang tepat, dan rendahnya transparansi dalam pengelolaan keuangan (Suryani & Hapsari, 2020).

Transformasi ekonomi lokal bagi perempuan pedesaan membutuhkan pendekatan yang partisipatif, kontekstual, dan berkelanjutan. Pendekatan *community-based development* dan *co-creation* dinilai relevan karena menekankan penguatan kapasitas internal kelompok melalui proses *learning by*

*doing*. Rahmawati dan Suryani (2021) menunjukkan bahwa pendampingan berbasis komunitas mampu meningkatkan keterampilan perempuan dalam pengelolaan usaha secara signifikan. Sementara itu, pelatihan HPP dan pencatatan keuangan sederhana sebagaimana dijelaskan oleh Suryani dan Hapsari (2020) terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan UMKM membuat keputusan finansial yang tepat.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) BIMA Universitas Nusa Cendana dirancang untuk memperkuat kapasitas kelompok UP2K Wanita Tani Suka Maju melalui penggabungan dua komponen utama, yaitu digitalisasi pemasaran dan literasi keuangan. Program ini meliputi pelatihan branding, fotografi produk, pengelolaan marketplace, serta pelatihan pencatatan keuangan dan perhitungan HPP yang disesuaikan dengan karakteristik usaha kelompok. Intervensi ini bertujuan memperluas pangsa pasar, meningkatkan profesionalitas usaha, dan memperkuat transparansi finansial, sehingga memberikan model pemberdayaan perempuan desa yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa.

## **METODE**

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan *Community-Based Participation Development* dengan model *co-creation* yang menekankan keterlibatan penuh kelompok UP2K Wanita Tani Suka Maju dalam seluruh proses kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena karakteristik mitra membutuhkan pembelajaran yang bersifat praktis, kontekstual, dan transformatif melalui praktik langsung (*learning by doing*) sebagaimana dianjurkan oleh Rahmawati dan Suryani (2021). Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap persiapan yang mencakup survei lokasi, identifikasi kebutuhan mitra, analisis situasi usaha, serta koordinasi dengan pemerintah desa dan pengurus UP2K. Tahap ini juga mencakup penyusunan modul pendampingan yang berfokus pada dua pilar utama, yaitu digitalisasi pemasaran dan literasi keuangan, sekaligus mempersiapkan peralatan, materi pelatihan, serta perlengkapan dokumentasi.

Kegiatan inti dilaksanakan di aula UP2K melalui gabungan metode penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan intensif. Penyuluhan dilakukan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep pemasaran digital, strategi branding, penyusunan konten pemasaran, serta urgensi literasi keuangan dalam pengembangan usaha mikro. Materi literasi keuangan mencakup perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), pencatatan keuangan sederhana, dan pengenalan instrumen transaksi digital seperti QRIS, sebagaimana direkomendasikan oleh Suryani dan Hapsari (2020). Setelah mendapatkan paparan konsep dasar, peserta mengikuti sesi pelatihan praktik yang memungkinkan mereka memproduksi foto produk berkualitas, menyusun narasi pemasaran, membuat serta mengelola akun marketplace dan media sosial, melakukan perhitungan HPP berdasarkan bahan baku lokal, dan menyusun pencatatan keuangan harian. Seluruh proses pelatihan menerapkan prinsip *learning by doing*, sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga langsung mengerjakan tugas-tugas terkait usaha mereka.

Pendampingan dilakukan sepanjang kegiatan melalui bimbingan teknis, konsultasi langsung, dan pengawasan praktik peserta, terutama dalam pengelolaan pesanan online, penyusunan konten digital, dan pencatatan keuangan. Pendekatan pendampingan yang bersifat partisipatif ini mendorong mitra mengambil keputusan secara mandiri serta menyelesaikan kendala usaha berdasarkan pengalaman lapangan mereka. Evaluasi dilakukan dalam dua bentuk: evaluasi formatif selama kegiatan, melalui pertanyaan lisan, demonstrasi ulang, dan observasi praktik; serta evaluasi sumatif pada akhir kegiatan untuk menilai ketercapaian kemampuan digitalisasi pemasaran dan literasi keuangan. Indikator keberhasilan meliputi kemampuan peserta mengelola akun bisnis digital, mengunggah konten produk secara konsisten, menerima pesanan dari luar desa, menghitung HPP, menyusun pencatatan keuangan harian, serta menggunakan QRIS. Program ini melibatkan 20 anggota UP2K Wanita Tani Suka Maju dan seluruh kegiatan dilaksanakan di Desa Ajaobaki, Kecamatan Mollo Utara, Kabupaten Timor Tengah Selatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Desa Ajaobaki memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas kelompok UP2K Wanita Tani Suka Maju. Pada tahap awal, identifikasi masalah menunjukkan bahwa kelompok menghadapi hambatan dalam pemasaran konvensional, rendahnya literasi keuangan, dan lemahnya kemampuan melakukan inovasi produk. Kondisi ini serupa dengan fenomena yang dijelaskan oleh Fatmawati (2018), bahwa perempuan di pedesaan sering menemui tantangan struktural yang membatasi partisipasi mereka dalam kegiatan ekonomi produktif. Hambatan tersebut menjadi dasar pentingnya intervensi melalui pelatihan dan pendampingan berbasis pemberdayaan.

Salah satu hasil utama dari program ini adalah transformasi strategi pemasaran kelompok yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan offline. Melalui pelatihan fotografi produk, teknik storytelling, serta pengelolaan akun digital, peserta akhirnya mampu mengunggah konten berkualitas ke media sosial dan marketplace. Proses ini sejalan dengan konsep *community development* yang menekankan penguatan kapasitas melalui keterlibatan aktif komunitas dalam setiap tahapan pengembangan usaha (Rahmawati & Suryani, 2021). Dengan peningkatan kualitas konten, produk kelompok mulai dikenal lebih luas dan menarik perhatian konsumen dari luar desa.

Peningkatan akses digitalisasi pemasaran terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Setelah dua bulan pendampingan, kelompok mulai menerima pesanan dari wilayah Soe dan Kupang, yang sebelumnya tidak pernah tercapai melalui pemasaran konvensional. Fakta ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu mendobrak keterbatasan geografis sekaligus meningkatkan daya saing usaha kecil. Dalam konteks UMKM pedesaan, strategi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan visibilitas produk dan daya tarik konsumen.

Selain digitalisasi pemasaran, inovasi produk juga menjadi bagian penting dari penguatan usaha kelompok. Peserta berhasil menciptakan varian rasa baru (*barbeque* dan *balado*) sebagai bentuk diversifikasi dari rasa asli yang hanya terdiri dari manis dan asin. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memberikan variasi yang lebih menarik bagi konsumen. Pendekatan *co-creation* yang digunakan dalam pelatihan mendorong peserta untuk aktif menciptakan solusi berdasarkan kebutuhan pasar dan preferensi konsumen (Rahmawati & Suryani, 2021).

Perbaikan pada aspek kemasan juga memberikan dampak signifikan. Kelompok berhasil merancang kemasan baru berbahan daun lontar yang memiliki nilai estetika sekaligus menonjolkan identitas lokal. Penggunaan kemasan alami ini membuat produk lebih unik dan kompetitif dibandingkan dengan produk UMKM lain yang menggunakan plastik komersial. Inovasi kemasan tersebut juga memberi nilai tambah sebagai produk ramah lingkungan, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan orisinalitas produk.

Perubahan besar juga terjadi dalam bidang literasi keuangan. Sebelum program dilaksanakan, kelompok tidak memiliki sistem pencatatan keuangan dan belum memahami perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Setelah pelatihan, peserta mampu membuat pembukuan sederhana dan menghitung HPP secara mandiri. Literasi keuangan semacam ini penting bagi UMKM untuk menentukan harga jual yang tepat dan mengelola pendapatan secara transparan, sebagaimana ditegaskan oleh Suryani dan Hapsari (2020) dalam kajiannya mengenai literasi keuangan UMKM di Sleman.

Penggunaan instrumen digital seperti QRIS juga mulai diperkenalkan dan dipraktikkan oleh peserta. QRIS membantu mempermudah transaksi, meningkatkan akurasi pencatatan keuangan, dan memberikan pengalaman transaksi yang modern bagi konsumen. Penerapan teknologi ini menjadi langkah awal yang penting dalam membangun budaya usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital. Adaptasi ini sangat relevan untuk UMKM pedesaan yang ingin meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas pasar.

Selama proses pendampingan, peserta menunjukkan respons sangat positif. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan saat sesi diskusi, antusiasme dalam mengikuti praktik, serta kesediaan mereka memodifikasi produk dan strategi pemasaran. Metode *learning by doing* terbukti efektif untuk meningkatkan pemahaman peserta karena mereka langsung menjalankan aktivitas yang relevan dengan usaha masing-masing (Rahmawati & Suryani, 2021). Peningkatan kepercayaan diri dan kemampuan memecahkan masalah menjadi dampak non-material yang sangat penting bagi keberlanjutan usaha mereka.

Secara keseluruhan, program ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan kelompok melalui perluasan pasar, diversifikasi produk, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Hasil ini menegaskan bahwa digitalisasi pemasaran dan literasi keuangan merupakan dua pilar penting dalam transformasi ekonomi lokal. Data BPS (2020) menunjukkan bahwa perempuan di Kabupaten TTS memiliki

partisipasi angkatan kerja yang masih rendah, sehingga program pemberdayaan semacam ini memiliki peran strategis untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan pedesaan.

Temuan program ini mendukung argumen bahwa pemberdayaan perempuan melalui pendekatan berbasis komunitas dan penguatan kapasitas digital mampu menciptakan perubahan struktural dalam usaha kecil. Ketika perempuan memiliki akses terhadap pelatihan, teknologi, dan ruang kolaboratif, mereka mampu menjadi aktor utama dalam pembangunan ekonomi mikro. Keberhasilan pendampingan di Desa Ajaobaki tidak hanya berdampak pada kelompok UP2K, tetapi juga menawarkan model pemberdayaan perempuan pedesaan yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa.

## **SIMPULAN**

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Ajaobaki berhasil memberikan dampak signifikan terhadap transformasi ekonomi kelompok UP2K Wanita Tani Suka Maju. Melalui pendekatan partisipatif berbasis *community development* dan *co-creation*, kegiatan penyuluhan, pelatihan, serta pendampingan praktis mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian mitra dalam aspek pemasaran digital maupun literasi keuangan. Transformasi strategi pemasaran dari sistem konvensional menuju digital memungkinkan kelompok menjangkau pasar yang lebih luas, sementara inovasi produk dan perbaikan kemasan berhasil meningkatkan nilai tambah dan daya saing usaha.

Peningkatan literasi keuangan, termasuk kemampuan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP), melakukan pencatatan keuangan sederhana, dan memanfaatkan QRIS sebagai alat transaksi modern, telah memperkuat transparansi dan efisiensi pengelolaan usaha. Dampak ini turut memperbaiki kapasitas manajerial kelompok dan memungkinkan mereka mengambil keputusan usaha yang lebih tepat dan terukur. Selain keberhasilan teknis, program ini juga menghasilkan perubahan sikap berupa meningkatnya kepercayaan diri, partisipasi aktif, dan kemampuan pemecahan masalah dari anggota kelompok.

Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa integrasi digitalisasi pemasaran dan literasi keuangan dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong pemberdayaan perempuan dan transformasi ekonomi lokal. Intervensi semacam ini berpotensi direplikasi di wilayah pedesaan lain dengan karakteristik serupa, terutama sebagai upaya untuk memperkuat keberlanjutan usaha mikro dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hasil program ini menegaskan bahwa ketika perempuan diberi akses terhadap pengetahuan, teknologi, dan dukungan pendampingan yang tepat, mereka mampu menjadi aktor penting dalam pembangunan ekonomi komunitas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik. (2020). *Kabupaten Timor Tengah Selatan dalam angka*.

<https://ntt.bps.go.id>

Fatmawati, V. N. (2018). *Peran kelompok wanita tani dalam meningkatkan pendapatan keluarga*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

- Rahmawati, Y., & Suryani, A. (2021). Pendampingan berbasis community development untuk penguatan ekonomi kreatif UMKM perempuan di desa wisata. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPkM)*, 6(2), 145–154. <https://doi.org/10.22146/jpkm.64211>
- Suryani, E., & Hapsari, R. D. (2020). Peningkatan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan penyusunan harga pokok produksi di Kabupaten Sleman. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 215–222. <https://doi.org/10.22146/jpkm.57789>