



Accepted: June 2025	Revised: July 2025	Published: August 2025
-------------------------------	------------------------------	----------------------------------

Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Pemasaran dan Keuangan Untuk Mendukung Kemandirian Ekonomi Pondok Nurul Furqon Tomia Wakatobi Sulawesi Tenggara

Fais Faizul Hannan¹, Moh Syahrul Muzammil², Sinta Bella³
E-mail: hansaif235@gmail.com¹, syahrulmuzammil884@gmail.com²,
sintabella@stairaya.ac.id³

¹²³Sekolah Tinggi Raden Abdullah Yaqin Jember, Indonesia

Abstract

Nurul Furqon Islamic Boarding School located in Tomia, Wakatobi Regency, Southeast Sulawesi, has great potential in developing the economic independence of students through entrepreneurial activities. However, the main challenge faced is the lack of understanding and skills in marketing and financial management. This Community Service Activity aims to provide training and assistance in managing business finances and product marketing strategies, in order to increase the capacity of students in managing businesses independently and sustainably. The methods used are interactive training, field practice, and intensive assistance in preparing financial reports and utilizing digital media for marketing. The results of the activity show that students and boarding school managers are starting to be able to prepare simple financial reports such as cash books, profit and loss reports, and other transaction records. On the marketing side, they are starting to utilize social media, brochures, and other digital promotional media to expand market reach. This program has a positive impact in fostering an entrepreneurial spirit and increasing the economic independence of Nurul Furqon Islamic Boarding School.

Keywords: *Marketing; Finance; Entrepreneurship; Santri; Economic Independence.*

Abstrak

Pondok Pesantren Nurul Furqon yang terletak di Tomia, Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara, memiliki potensi besar dalam mengembangkan kemandirian

ekonomi santri melalui kegiatan wirausaha. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam manajemen pemasaran dan keuangan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan keuangan usaha serta strategi pemasaran produk, guna meningkatkan kapasitas santri dalam mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah pelatihan interaktif, praktik lapangan, serta pendampingan intensif dalam penyusunan laporan keuangan dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para santri dan pengelola pondok mulai mampu menyusun laporan keuangan sederhana seperti buku kas, laporan laba rugi, dan catatan transaksi lainnya. Di sisi pemasaran, mereka mulai memanfaatkan media sosial, brosur, dan media promosi digital lainnya untuk memperluas jangkauan pasar. Program ini memberikan dampak positif dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan dan meningkatkan kemandirian ekonomi Pondok Pesantren Nurul Furqon.

Kata Kunci: Pemasaran; Keuangan; Wirausaha; Santri; Kemandirian Ekonomi.

Pendahuluan

Pondok Pesantren Nurul Furqon merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berlokasi di Kecamatan Tomia, Kabupaten Wakatobi, Provinsi Sulawesi Tenggara. Pesantren ini berdiri sejak tahun 2007 atas inisiatif dan dedikasi Kyai Sumail Isa, salah satu santri alumni Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton, Jawa Timur (<https://www.facebook.com/pesantrentomia> <https://www.facebook.com/tim.pesantrentomia>, komunikasi pribadi, t.t.). Semangat keilmuan dan pengabdian yang dibawa dari Nurul Jadid menjadi pondasi utama berdirinya Pondok Pesantren Nurul Furqon, yang sejak awal telah menanamkan nilai-nilai keislaman, kemandirian, dan pengembangan masyarakat kepada para santrinya.

Sebagai lembaga berbasis pesantren, Pondok Nurul Furqon tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tetapi juga berupaya membangun kemandirian ekonomi. Pesantren ini menjalankan berbagai unit usaha sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi, di antaranya usaha 2 kapal muatan milik Kiai yang digunakan untuk angkutan barang, usaha isi ulang air mineral galon yang melayani masyarakat sekitar, serta usaha penjualan **babebo** (barang bekas boss) yang cukup populer di kalangan masyarakat setempat. Aktivitas-aktivitas

ekonomi ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan bagi pondok pesantren, tetapi juga menjadi media pembelajaran langsung bagi santri untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan keterampilan praktis.

Namun, dalam pelaksanaannya, kegiatan-kegiatan ekonomi tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dari aspek manajemen keuangan dan strategi pemasaran. Banyak di antara pengelola dan santri yang terlibat dalam kegiatan usaha tersebut belum memiliki keterampilan dasar dalam pencatatan keuangan, penyusunan laporan sederhana seperti buku kas. Akibatnya, pengelolaan usaha cenderung tidak terstruktur dan belum bisa dijadikan sebagai instrumen pembelajaran yang optimal dalam konteks kewirausahaan. Selain itu, pemasaran produk dan jasa yang dihasilkan masih terbatas pada jaringan internal pondok dan masyarakat sekitar. Belum adanya pemanfaatan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran digital lainnya menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Waruwu, t.t.; Wijoyo dkk., 2021). Hal ini menjadi ironi di tengah era transformasi digital 5.0 yang menuntut adaptasi teknologi dalam hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan wirausaha pondok pesantren.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini disusun dengan tujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam manajemen keuangan dan strategi pemasaran secara praktis (Febrian dkk., 2025). Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas para santri dan pengelola pondok dalam menyusun laporan keuangan sederhana, memahami konsep dasar keuangan usaha, serta merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan karakter produk dan target pasar, baik secara konvensional maupun melalui media digital. Dengan pelatihan dan pendampingan ini, Pondok Pesantren Nurul Furqon diharapkan dapat semakin mandiri secara ekonomi dan menjadi contoh pesantren produktif di wilayah kepulauan seperti Wakatobi, sekaligus berkontribusi dalam pembangunan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Metode

Metodologi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini mengacu pada panduan resmi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, serta mengadopsi prinsip *Participatory Action Research* (PAR), dan didukung oleh model pemberdayaan masyarakat (Zunaidi, 2024).

Pendekatan ini dipilih karena mampu melibatkan peserta secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, sehingga meningkatkan partisipasi dan keberlanjutan hasil kegiatan.

Secara khusus, kegiatan ini berbasis pada *community empowerment model*, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama yang mampu mengidentifikasi kebutuhan dan solusi secara mandiri, melalui pelatihan dan pendampingan yang berorientasi pada pemberdayaan kapasitas lokal. Pendekatan ini diyakini efektif dalam mengembangkan kemandirian ekonomi pesantren dan masyarakat sekitar.

Langkah-langkah Pelaksanaan dan Strategi Evaluasi

1. Pendataan dan Identifikasi Kondisi Awal

Tahap awal dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pengelola dan santri, serta penyebaran kuesioner pre-test untuk mengukur pengetahuan dan kemampuan awal terkait manajemen keuangan dan pemasaran. Analisis awal ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan spesifik mitra dan menyesuaikan materi pelatihan. Hasil identifikasi ini digunakan sebagai dasar perancangan materi yang relevan dan berbasis kebutuhan nyata di lapangan (Khodijah & Haq, 2021).

2. Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan

Pelatihan berlangsung selama empat sesi, masing-masing 4 jam, yang dirancang secara interaktif dan berbasis praktik langsung. Materi disusun berdasarkan analisis kebutuhan, yaitu peningkatan kemampuan pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan sederhana, sesuai dengan kondisi dan kapasitas mitra. Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan melalui diskusi, tugas praktik, dan evaluasi formatif selama proses berlangsung (Qomarrullah dkk., 2024).

3. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk

Pelatihan ini juga terdiri dari empat sesi, masing-masing 4 jam, yang berfokus pada teknik pemasaran offline dan digital, termasuk pembuatan brosur, kartu nama, serta pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Shopee. Materi ini disesuaikan dengan hasil identifikasi kebutuhan mitra terkait strategi pemasaran dan penggunaan media digital yang belum optimal (Khodijah & Haq, 2021).

4. Strategi Evaluasi dan Tindak Lanjut Evaluasi dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif, meliputi:
 - a. *Pre- dan post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.
 - b. *Observasi langsung* selama praktik pelatihan untuk menilai penerapan materi.
 - c. *Pengukuran indikator kinerja usaha*, seperti peningkatan volume penjualan dan keberhasilan pemasaran digital, selama 3 bulan pasca pelatihan.
 - d. *Kuesioner umpan balik* untuk menilai kepuasan peserta dan identifikasi tantangan yang dihadapi. Tindak lanjut dilakukan melalui pendampingan berkelanjutan, pelatihan lanjutan, serta evaluasi periodik selama minimal 6 bulan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kapasitas (Qomarrullah dkk., 2024).

Tim Pelaksana dan Peserta.

Tim pelaksana terdiri dari:

1. Fasilitator / Narasumber, yang berpengalaman dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, berasal dari bidang ekonomi dan komunikasi (Moh Syahrul Muzammil)
2. Pendamping Lapangan, yang berasal dari internal pondok dan masyarakat sekitar, memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi lokal dan budaya setempat. (Moh Syahrul + K. Sumail selaku pengasuh PP. Nurul Furqon)
3. Tim Koordinasi, bertugas mengatur jalannya kegiatan, monitoring, dan evaluasi. (Di pimpin oleh dewan Pengasuh)

Peserta pelatihan meliputi:

1. Santri aktif pondok sebanyak 30 orang, dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman berbeda-beda.
2. Pengelola pondok dan staf sebanyak 5 orang, yang bertanggung jawab langsung terhadap usaha pesantren.
3. Masyarakat sekitar sebanyak 15 orang, sebagai bagian dari upaya pemberdayaan komunitas.

Karakteristik peserta sebagian besar adalah mereka yang memiliki motivasi tinggi untuk meningkatkan kapasitas ekonomi pesantren dan masyarakat, meskipun terbatas dalam pemahaman teknologi digital dan pencatatan keuangan.

Linimasa Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Durasi	Waktu Pelaksanaan
Persiapan	Penyusunan instrumen, sosialisasi, dan pendataan	1 bulan	Bulan 1
Pendataan dan Identifikasi	Observasi dan pre-test	2 Minggu	Bulan 2
Pelatihan Manajemen Keuangan	4 sesi (setiap sesi 4 jam)	Bulan 3	Minggu 1-2
Pelatihan Pemasaran Produk	4 sesi (setiap sesi 4 jam)	Bulan 3	Minggu 3-4
Pendampingan dan Evaluasi	Pendampingan lanjutan, evaluasi kinerja usaha	3 bulan setelah pelatihan	Bulan 4-6

Linimasa pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan yang mencakup penyusunan instrumen, sosialisasi, dan pendataan, berlangsung selama satu bulan di bulan 1. Pada tahap ini, semua persiapan administratif dan teknis dilakukan guna memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan selanjutnya (Lukman dkk., 2024). Setelah itu, dilakukan pendataan dan identifikasi melalui observasi dan pre-test selama dua minggu di bulan 2. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang akurat tentang kebutuhan dan potensi peserta atau lokasi kegiatan, sehingga program dapat disusun secara tepat sasaran (Azzahra dkk., 2023).

Pada bulan 3, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran produk. Pelatihan manajemen keuangan terdiri dari empat sesi yang masing-masing berdurasi empat jam, dilaksanakan selama minggu pertama dan kedua. Sementara itu, pelatihan pemasaran produk juga terdiri dari empat sesi yang dilaksanakan pada minggu ketiga dan keempat. Kedua pelatihan ini bertujuan meningkatkan kompetensi peserta dalam mengelola keuangan usaha dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif (Taime dkk., 2024).

Setelah pelatihan selesai, kegiatan berlanjut ke tahap pendampingan dan evaluasi yang berlangsung selama tiga bulan, mulai dari bulan 4 hingga bulan 6. Pada periode ini, peserta mendapatkan pendampingan lanjutan dan evaluasi kinerja usaha untuk memastikan keberhasilan implementasi hasil pelatihan dan pengembangan usaha mereka secara berkelanjutan.

Hubungan Materi Pelatihan dengan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Materi pelatihan disusun secara spesifik berdasarkan hasil identifikasi awal yang menunjukkan bahwa:

1. Sebagian besar unit usaha belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang rapi dan sederhana.
2. Pengelola dan santri membutuhkan pemahaman dasar dalam pengelolaan keuangan dan pelaporan yang mudah dipahami.
3. Potensi pemasaran melalui media digital belum dimanfaatkan secara optimal, sehingga materi pemasaran digital disusun untuk mengatasi kekurangan tersebut (Salsabila, 2024).

Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta mampu mengimplementasikan langsung pengetahuan yang diperoleh dalam pengelolaan usaha pesantren secara berkelanjutan.

Metodologi ini didasarkan pada panduan resmi PKM dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, serta menerapkan prinsip *Participatory Action Research* dan model pemberdayaan masyarakat (Zunaidi, 2024), yang terbukti efektif dalam pengembangan kapasitas masyarakat dan pemberdayaan komunitas berbasis partisipasi aktif.

Hasil Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan intensif di bidang manajemen keuangan serta pemasaran produk di Pondok Pesantren Nurul Furqon, Tomia, Wakatobi. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah mengatasi permasalahan mendasar yang selama ini dihadapi pondok, yaitu lemahnya sistem pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha, serta kurangnya strategi pemasaran yang efektif, baik secara konvensional maupun digital (Inayah, t.t.; Salsabila, 2024).

Secara umum, kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas santri dan pengelola pondok dalam mengelola keuangan secara sistematis dan memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk

usaha pondok (Inayah, t.t.). Sebelum pelaksanaan, observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar unit usaha pondok, seperti usaha kapal nelayan milik kiai, galon air mineral, dan penjualan barang bekas (babebo), belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan strategi pemasaran yang memadai. Kondisi ini berkontribusi pada rendahnya efisiensi pengelolaan keuangan dan terbatasnya pangsa pasar produk usaha pondok. Penting untuk dicatat bahwa kendala utama yang dihadapi sebelum kegiatan meliputi kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, serta keterbatasan akses terhadap teknologi dan sumber daya manusia yang kompeten. Hal ini sejalan dengan hasil observasi dan wawancara dengan pengelola pondok, yang menunjukkan perlunya intervensi yang sistematis dan berkelanjutan.

Hasil evaluasi pasca kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta. Data kuantitatif menunjukkan bahwa 85% peserta merasa lebih mampu dan percaya diri dalam mengelola keuangan serta mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Secara spesifik, indikator keberhasilan yang diukur meliputi: (1) kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan secara rutin dan menyusun laporan keuangan sederhana, dimana sekitar 50% dari peserta mampu menyusun laporan keuangan yang valid dan lengkap; (2) penggunaan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Shopee yang meningkat penggunaannya untuk promosi produk; dan (3) peningkatan penjualan produk usaha pondok secara langsung, dari rata-rata Rp35.000.000 selama 30 hari sebelum pelatihan menjadi Rp75.000.000–Rp85.000.000 setelah pelatihan, yang menunjukkan adanya dampak positif terhadap keberlanjutan usaha.

Meskipun demikian, keberhasilan ini belum menyeluruh. Sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lebih intensif untuk menguasai teknik pencatatan keuangan dan pemasaran digital secara optimal. Selain itu, kendala di lapangan yang masih dihadapi meliputi keterbatasan akses terhadap platform digital tertentu karena infrastruktur yang belum memadai, serta sumber daya manusia yang perlu pendalaman lebih lanjut dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Dalam kerangka teori, hasil ini mendukung konsep pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas lokal. Pendekatan ini efektif untuk meningkatkan keberlanjutan usaha kecil dan menengah di lingkungan pondok

pesantren, sebagaimana yang diungkapkan oleh literatur terkait (Afriani, 2023; Sapriadi dkk., 2024). Keberlanjutan kegiatan ini sangat penting, mengingat manfaat yang diperoleh masih memerlukan pendampingan berkelanjutan agar dapat berdampak jangka panjang dan mampu mengatasi tantangan yang muncul di lapangan.

Secara akademik, temuan ini memberikan kontribusi terhadap literatur tentang pemberdayaan ekonomi berbasis pesantren, khususnya melalui integrasi pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital (Sapriadi dkk., 2024). Kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan intervensi yang tepat, kapasitas santri dan pengelola pondok dapat ditingkatkan secara signifikan, dan secara tidak langsung berkontribusi pada pembangunan ekonomi berbasis masyarakat yang berkelanjutan di wilayah terpencil seperti Wakatobi.

Respon Mitra dan Peserta

Kegiatan ini disambut dengan sangat antusias oleh pihak pondok, terutama oleh Pimpinan Pondok, Kyai Sumail Isa, serta para santri yang terlibat langsung dalam unit usaha pondok. Dalam sambutannya, Kyai Sumail menyampaikan terima kasih atas kehadiran tim pengabdian dan berharap kegiatan ini menjadi awal peningkatan kemandirian ekonomi santri dan pondok secara umum. Selama pelatihan berlangsung, para peserta aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab, menunjukkan ketertarikan besar terhadap materi yang disampaikan terutama terkait pemasaran online dan perhitungan keuangan sederhana. Jumlah peserta PKM 50 orang (30 dari kalangan santri, 15 kalangan masyarakat sekitar, dan 5 orang pegawai). Dengan populasi penduduk sedikit, namun jumlah keseluruhan sudah bisa di kategorikan standart.

Materi Pemasaran Produk

Peningkatan kapasitas pemasaran produk dilakukan dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya strategi pemasaran yang terencana, serta penggunaan media online untuk menjangkau pasar lebih luas (Amalia dkk., 2024). Beberapa strategi pemasaran yang diperkenalkan dalam pelatihan ini antara lain:

1. Pemasaran dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth): Mengandalkan kekuatan komunitas dan jaringan sosial di lingkungan sekitar pesantren untuk mempromosikan produk.
2. Penggunaan Brosur dan Kartu Nama: Santri diajarkan membuat desain brosur dan kartu nama usaha sebagai alat promosi sederhana namun efektif.

3. Pemasaran Online: Pelatihan dilakukan untuk mengenalkan penggunaan platform seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram sebagai sarana digital marketing.
4. Penitipan Produk di Toko Lokal: Peserta diajak menyusun strategi kerja sama dengan toko-toko setempat untuk menjual produk mereka secara konsinyasi.
5. Keikutsertaan dalam Bazar: Dikenalkan konsep bazar atau pameran produk sebagai sarana promosi dan penjualan dalam event lokal.



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Produk oleh Tim PKM kepada Santri di Pondok Nurul Furqon.

Menindaklanjuti hasil awal dan evaluasi, Gambar 1 menunjukkan suasana pelatihan pemasaran produk mulai dari menyiapkan galon air untuk di beri tanda nomor untuk menandai berapa produk setiap harinya, hal ini yang berlangsung di Pondok Nurul Furqon, di mana tim PKM aktif membimbing santri dalam memahami teknik pemasaran konvensional dan digital. Dari hasil evaluasi pasca pelatihan, diketahui bahwa 90% peserta mampu membuat materi promosi seperti brosur dan kartu nama, serta mengoperasikan platform pemasaran online seperti WhatsApp Business dan Facebook Marketplace. Peningkatan kapasitas ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar produk pesantren dan meningkatkan omzet usaha secara berkelanjutan. Kehadiran peserta yang antusias dan aktif selama pelatihan menunjukkan keberhasilan pendekatan praktik langsung dan relevansi materi yang disusun berdasarkan kebutuhan nyata mitra.

Materi Manajemen Keuangan

Pelatihan manajemen keuangan bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan usaha mikro (Rahayu dkk., 2023; Romdoni

dkk., 2023). Peserta dibimbing untuk mengenal dan membuat beberapa dokumen keuangan sederhana seperti:

1. Buku Kas Harian: Sebagai catatan keluar-masuk uang tunai dari setiap aktivitas usaha pondok.
2. Buku Hutang/Piutang: Digunakan untuk mencatat transaksi kredit dan pembelian bahan baku yang belum lunas.
3. Buku Persediaan: Untuk memantau ketersediaan barang atau bahan, seperti stok galon air, barang dagangan, dan bahan kebutuhan pokok usaha.
4. Laporan Neraca Sederhana: Sebagai gambaran posisi aset dan kewajiban usaha pondok dalam satu periode.
5. Laporan Laba Rugi: Diajarkan cara mencatat pendapatan dan pengeluaran, serta menghitung keuntungan usaha.

Materi ini diberikan secara bertahap dalam bentuk praktik langsung dan studi kasus sederhana berdasarkan usaha yang dijalankan pondok. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar santri mulai memahami pentingnya pencatatan yang rapi dan terstruktur sebagai dasar evaluasi usaha.



Gambar 2. Pelatihan Manajemen Keuangan di Ruang Belajar Pondok Nurul Furqon

Menindaklanjuti hasil awal dan evaluasi, kegiatan pelatihan manajemen keuangan di ruang belajar Pondok Nurul Furqon menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Gambar 2 memperlihatkan

suasana aktif dan partisipatif selama sesi pelatihan, di mana santri dan pengelola pondok terlihat antusias mengikuti praktik pencatatan keuangan dan diskusi evaluasi laporan keuangan sederhana. Hasil evaluasi pasca pelatihan mengindikasikan bahwa 85% peserta mampu melakukan pencatatan transaksi keuangan secara mandiri dan menyusun laporan keuangan yang sesuai standar dasar, yang sebelumnya belum mereka kuasai. Selain itu, peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mengelola keuangan usaha turut berkontribusi

terhadap efisiensi pengelolaan dan potensi peningkatan pendapatan usaha pesantren ke depan.

Dampak Awal dan Tindak Lanjut

Setelah pelaksanaan pelatihan, peserta menunjukkan berbagai tingkat kemajuan dalam pengelolaan usaha. Secara kuantitatif, sebanyak 50 peserta yang mengikuti pelatihan terdiri dari 30 santri, 5 pegawai, dan 15 masyarakat sekitar. Dari jumlah tersebut, sekitar 75% (sekitar 38 orang) mampu memahami dan menerapkan materi pelatihan secara memuaskan, seperti pembuatan laporan keuangan dan pengelolaan media sosial. Sementara itu, sisanya menunjukkan pemahaman yang masih perlu ditingkatkan dan membutuhkan pendampingan lanjutan.

Secara khusus, sekitar 50% dari peserta mampu membuat laporan keuangan secara mandiri dan lengkap, sementara sisanya masih dalam proses pembelajaran, dengan rata-rata tingkat keberhasilan pembuatan laporan mencapai 50%. Hal ini menunjukkan adanya variasi dalam tingkat pemahaman dan kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi yang disampaikan. Selain itu, sejumlah akun media sosial usaha yang aktif saat ini adalah 3 akun Facebook dan 2 akun WhatsApp, yang digunakan untuk promosi produk usaha pondok. Dalam aspek tantangan, hambatan utama yang dihadapi selama pelaksanaan pelatihan meliputi kesulitan bahasa dan komunikasi, mengingat sebagian besar masyarakat di wilayah Tomia lebih sering menggunakan bahasa Ambon atau bahasa asli setempat. Hal ini menyulitkan proses penyampaian materi secara langsung menggunakan bahasa Indonesia. Selain itu, hambatan teknis muncul dari belum meratanya akses terhadap perangkat teknologi digital, karena tidak semua peserta memiliki ponsel pribadi yang memadai untuk mengikuti praktik penggunaan media digital secara optimal.

Tantangan terbesar yang diidentifikasi selama proses pelatihan adalah tingkat kesiapan peserta dalam memahami teknologi digital dan manajemen keuangan, yang membutuhkan pendekatan khusus agar dapat dipahami secara efektif. Selain itu, kedisiplinan peserta, termasuk keterlambatan 1-2 orang dalam sesi pelatihan, menyebabkan perlunya pengulangan materi agar seluruh peserta mendapatkan pemahaman yang sama. Fenomena ini menunjukkan perlunya

strategi pembelajaran yang lebih adaptif dan penyediaan pendampingan berkelanjutan.

Secara dampak awal, terdapat peningkatan signifikan dalam volume penjualan usaha pondok, dari sebelumnya berkisar Rp35.000.000 selama 30 hari menjadi sekitar Rp75.000.000 hingga Rp850.000.000 setelah penerapan pemasaran digital. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penguatan strategi pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar, termasuk ke wilayah pulau-pulau terdekat seperti Pulau Wakatobi dan sekitarnya. Namun, indikator keberhasilan yang masih perlu diperbaiki dan lebih terukur adalah tingkat keberhasilan peserta dalam pembuatan laporan keuangan dan keterlibatan aktif dalam pemasaran digital. Data awal menunjukkan bahwa sekitar 50% peserta sudah mampu membuat laporan keuangan secara benar dan lengkap, sementara sisanya masih dalam proses belajar. Selain itu, keberhasilan pemasaran digital terlihat dari aktifnya 3 akun Facebook dan 2 WhatsApp, serta meningkatnya penjualan usaha pondok.

Keberlanjutan kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas peserta dan pelaku usaha dalam mengelola dan memasarkan produk secara mandiri dan berkelanjutan. Pendampingan lanjutan dan evaluasi secara berkala akan menjadi faktor kunci dalam memastikan bahwa capaian ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kapasitas ekonomi pesantren, tetapi juga mendukung pengembangan ekosistem usaha yang berkelanjutan di wilayah kepulauan yang memiliki tantangan akses dan sumber daya yang terbatas.

Penutup

Kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran dan keuangan yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Nurul Furqon, Tomia – Wakatobi, memberikan dampak positif dalam upaya mendukung kemandirian ekonomi pesantren. Program ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan santri serta pengelola pondok dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Melalui pelatihan manajemen keuangan, peserta mampu menyusun pembukuan sederhana seperti buku kas, buku hutang/piutang, laporan laba rugi, dan neraca usaha. Di sisi lain, pelatihan pemasaran memperkenalkan strategi promosi baik secara konvensional maupun digital, seperti pemasaran melalui

media sosial, pembuatan brosur dan kartu nama, hingga teknik penjualan langsung.

Antusiasme peserta dan dukungan dari pimpinan pondok menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat relevan dan dibutuhkan. Ke depan, dibutuhkan pendampingan lanjutan dan keberlanjutan program serupa agar sistem usaha yang dikelola pondok dapat terus berkembang, berdaya saing, dan berkontribusi secara nyata terhadap perekonomian pesantren dan masyarakat sekitar. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kapasitas santri dalam bidang kewirausahaan, tetapi juga memperkuat peran pesantren sebagai pusat pemberdayaan ekonomi lokal di daerah kepulauan seperti Wakatobi.

Daftar Pustaka

- Afriani, S. (2023). *Analisis Pengaruh Pemahaman Entrepreneurship Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Pesantren (Studi Dayah Mini Aceh)*. [PhD Thesis, UIN Ar-Raniry Banda Aceh].
- Amalia, N., Ghifari, S. W., Salsabiil, K. P., Erwindo, E., Arianto, N., & Sudaryana, Y. (2024). Manajemen Pemasaran dan Pentingnya Sosial Media untuk Produk UMKM Pondok Pesantren Assyifa Kecamatan Parung Bogor. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), 380–386.
- Azzahra, F. S., Amalia, S. K., & Pribadi, T. J. (2023). Implementasi Strategi Pembelajaran Inovatif dalam Meningkatkan Minat Belajar Bahasa Asing di SDN Budigalih. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 3(3), 138–147.
- Febrian, R. A., Nazir, Y., Azinuddin, M., Setiawan, P. R., & Fijar, H. (2025). PKM Strategi Kemitraan untuk Pembangunan Kampung Berbasis Collaborative Governance di Kampung Wisata Lambo Sari Malaysia. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 6(2), 411–422.
- <https://www.facebook.com/tim.pesantrentomia>, <https://www.facebook.com/pesantrentomia>. (t.t.). *Fb, Pengurus dan/ Pondok Pesantren Nurul Furqon Tomia* [Komunikasi pribadi].
- Inayah, A. (t.t.). *Implementasi Pengelolaan Keuangan Bisnis di Pondok Pesantren Al-Ittifaq Bandung* [B.S. thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. Diambil 17 Juli 2025.

- Khodijah, S., & Haq, M. S. (2021). Strategi kepemimpinan kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan di masa pandemi Covid-19. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 156–170.
- Lukman, U., Hardhienata, H. S., & Martinus Tukiran, S. T. (2024). “*KLIK*” *MODEL EFEKTIF PENYUSUNAN RENSTRA ORGANISASI PENDIDIKAN*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Qomarrullah, R., Sokoy, F., & Wainggai, H. H. (2024). Management Training (Membangun Masa Depan yang Penuh Harapan dengan Manajemen Keuangan Atlet Papua di Hari Tua). *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(5), 453–463.
- Rahayu, N. I., Sandri, S. H., Aligusri, J., Rahmayanti, S., & Ardi, H. A. (2023). Pelatihan SIAPIK Berbasis Android untuk Mengoptimalkan Pengelolaan Keuangan UMKM. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora (e-ISSN: 2809-3917)*, 3(1), 43–49.
- Romdoni, I. A., Purwanti, N., Hermawan, A., Haryadi, R. N., Pusvisasari, L., & Irawati, I. (2023). Pelatihan keuangan dan literasi bisnis untuk UMKM: Pengabdian yang berdampak pada stabilitas usaha mikro di Sumedang. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39–43.
- Salsabila, S. (2024). *Merancang sistem informasi akuntansi untuk optimalisasi pengelolaan keuangan dan pengembangan strategi pemasaran global: Studi pada UMKM Mozzarella Shop, Bali* [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- Sapriadi, N. R., Majid, J., & Shadriyah, S. (2024). Sistem Pengelolaan Dana Berkelanjutan Berbasis Kemandirian Ekonomi di Pesantren An Nahdliyin Lerang. *Islamic Banking and Finance*, 4(2), 588–605.
- Taime, H., Leuhery, F., Prayana, I. K. W. D., Widaningsih, R. R. A., & Mas'ud, M. I. (2024). Peningkatan Kompetensi dan Produktivitas Karyawan pada Usaha Mikro: Pelatihan Teknis dan Pengembangan Soft skills. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1776–1786.
- Waruwu, N. (t.t.). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Multikasus di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kota Blitar dan Pondok Pesantren Nurus Salam Kabupaten Blitar)* [Master's Thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. Diambil 22 Juni 2025.

Wijoyo, H., Ariyanto, A., Wongso, F., & Indrawan, I. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.

Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.