

Pelatihan Andragogi untuk Meningkatkan Literasi Bisnis *Multi-Level Marketing* Ibu Rumah Tangga Jabodetabek

(Andragogical Training to Enhance MLM Business Literacy among Housewives in the Greater Jakarta Area)

Derah Sudjaniah^{1*}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bhakti Pembangunan, Jakarta, Indonesia¹

sudjaniah@gmail.com¹



Riwayat Artikel:

Diterima pada 27 September 2025

Revisi 1 pada 11 Oktober 2025

Revisi 2 pada 20 Oktober 2025

Revisi 3 pada 19 November 2025

Disetujui pada 30 November 2025

Abstract

Purpose: This community service program aimed to enhance housewives' understanding of Multi-Level Marketing (MLM) as an alternative strategy to support family income.

Methodology/approach: The training was conducted in the Jabodetabek area in September 2024 using a combination of lectures, group discussions, and simulations. The modules covered MLM fundamentals, ethics and legality, simple financial management, and basic product marketing. A total of 98 housewives participated. Knowledge improvement was measured using pre-test and post-test assessments.

Results/findings: Findings show a significant increase in participants' understanding, with an average knowledge improvement of approximately 80% after the training. Participants demonstrated better ability to distinguish legal from illegal MLM schemes, record simple household finances, and apply introductory digital marketing strategies. More than half of the participants developed personal business action plans as follow-up steps.

Conclusions: Structured andragogical training effectively improves business literacy among adult learners, particularly housewives who seek additional income. The program shows that practical, experience-based learning can enhance entrepreneurial readiness in community settings

Limitations: This study was limited to the Jabodetabek region and involved only housewives, so the findings may not be generalizable to other demographic groups.

Contributions: This study provides evidence that targeted community training strengthens MLM literacy, boosts motivation for entrepreneurship, and supports family economic resilience. It contributes to community empowerment studies and entrepreneurship education by demonstrating the impact of applied adult learning strategies.

Keywords: *Andragogy, Economic Empowerment, Family Income, Housewives, Multi-Level Marketing*

How to Cite: Sudjaniah, D. (2026). Pelatihan Andragogi untuk Meningkatkan Literasi Bisnis *Multi-Level Marketing* Ibu Rumah Tangga Jabodetabek. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 107-116.

1. Pendahuluan

Di tengah meningkatnya biaya hidup dan ketidakstabilan ekonomi, banyak ibu rumah tangga di Indonesia mencari sumber pendapatan tambahan yang fleksibel. Perkembangan teknologi dan internet membuka peluang usaha berbasis rumah seperti bisnis *online*, *reseller*, kerajinan tangan, dan pemasaran digital yang dapat dilakukan di sela aktivitas domestic (Az'mi, Karjati, Murni, & Pitaloka, 2023; Fanggidae & Wahyoedi, 2025). Namun di antara berbagai peluang tersebut, model bisnis *Multi-Level*

Marketing (MLM) sering menjadi pilihan karena menjanjikan modal kecil dan potensi pendapatan berjenjang. Permasalahannya, sebagian besar masyarakat termasuk ibu rumah tangga masih belum mampu membedakan MLM yang legal dari skema piramida atau *money game* ([Sari, 2025](#); [Van der Heide & Želinský, 2021](#)). Laporan IDN Times menunjukkan bahwa ciri *money game* meliputi janji keuntungan tidak realistis, ketergantungan pada perekrutan, ketiadaan produk yang jelas, serta struktur organisasi yang tidak transparan ([Harizan, 2017](#)).

Otoritas keagamaan dan pemerintah juga menegaskan bahwa praktik yang menonjolkan perekrutan tanpa penjualan produk secara nyata dapat dikategorikan melanggar hukum atau tidak sesuai syariah ([Sari, 2025](#)). Di sisi lain, Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia tahun 2025 menekankan bahwa industri MLM yang legal berkontribusi signifikan pada perekonomian nasional dan menjadi sarana pemberdayaan ekonomi rumah tangga. Namun pertumbuhan yang sehat membutuhkan pemahaman publik tentang legalitas, etika, mekanisme bisnis, dan batasan regulasi, termasuk larangan penjualan tertentu melalui *marketplace* dan kewajiban memastikan keaslian produk ([Royan & Assa, 2025](#); [Wrenn, 2023](#)).

Beberapa penelitian pengabdian masyarakat terdahulu menunjukkan relevansi dengan tema literasi keuangan dan pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga, meskipun belum secara spesifik membahas MLM. [Febrianty et al. \(2022\)](#) melakukan Pelatihan di mana ibu rumah tangga/pengusaha UKM diajarkan metode *kakeibo* dan menggunakan aplikasi akuntansi untuk mencatat transaksi usaha secara teratur. [Awaluddin, Nurani, Awaluddin, Muntasir, and Awaluddin \(2023\)](#) menyelenggarakan pelatihan yang mencakup pembukuan sederhana, pemasaran produk, dan kewirausahaan. [Amilahaq, Hastuti, Putri, Astuti, and Rizkiyani \(2025\)](#) meningkatkan pemahaman ibu rumah tangga tentang pentingnya merencanakan keuangan rumah tangga jangka menengah-panjang, termasuk alokasi untuk pendidikan anak.

Meskipun riset mengenai perilaku konsumen dan etika pemasaran MLM cukup berkembang, studi yang secara spesifik mengevaluasi literasi bisnis MLM pada ibu rumah tangga di Indonesia masih sangat terbatas ([Roifah, Yuana, & Fadila, 2025](#)). Lebih khusus lagi, belum banyak penelitian yang mengkaji efektivitas pelatihan berbasis andragogi untuk meningkatkan kemampuan ibu rumah tangga dalam memahami legalitas, etika, struktur bonus, dan cara menghindari *money game* ([Lopa, Raraga, Wangka, & Meti, 2024](#); [Mahdalena, Handayani, & Uljanatunnisa, 2023](#)). Pendekatan andragogi yang menekankan kebutuhan, pengalaman, dan konteks belajar orang dewasa belum banyak diterapkan dalam konteks MLM, padahal karakteristik ibu rumah tangga sangat cocok dengan metode ini ([Rizkia, Darmawan, & Rawita, 2023](#)). Studi literasi keuangan dan usaha mikro menunjukkan bahwa pendekatan andragogi dapat meningkatkan pemahaman praktik bisnis secara signifikan tetapi penerapannya pada literasi MLM masih merupakan area yang belum tereksplorasi ([Melinia, Suropto, & Harori, 2024](#); [Setiawan & Saputra, 2020](#)). Kebaruan penelitian/pengabdian ini terletak pada pendekatan pelatihan berbasis andragogi yang secara khusus dirancang untuk meningkatkan literasi bisnis MLM pada ibu rumah tangga, dengan fokus pada pemahaman legalitas, etika, dan pencegahan *money game*, yang belum diteliti dalam konteks Indonesia.

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat pemahaman ibu rumah tangga terhadap peluang dan risiko bisnis MLM. Merancang dan melaksanakan pelatihan literasi bisnis MLM berbasis andragogi yang mencakup legalitas, etika, pemasaran, manajemen keuangan, dan identifikasi skema *money game* ([Ardiansyah, Hidayanti, Hafid, & Putri, 2024](#); [Arliyanda, 2020](#)). Mengevaluasi dampak pelatihan terhadap perubahan pengetahuan, persepsi, dan motivasi peserta. Memberikan rekomendasi bagi pemangku kepentingan komunitas lokal, pemerintah, dan asosiasi MLM agar program edukasi serupa dapat diperluas dan berkelanjutan ([Mulyantini, Surbakti, Maulana, & Wibawaningsih, 2025](#); [Prowanta, Siswanti, & Fahlevi, 2025](#)). Secara akademik, artikel ini berkontribusi pada literatur literasi bisnis rumah tangga, pemberdayaan perempuan, dan pengembangan model pelatihan andragogi dalam konteks MLM yang masih jarang dieksplorasi. Secara praktis, hasilnya dapat digunakan untuk merancang program edukasi yang melindungi masyarakat dari skema ilegal serta memperkuat praktik MLM yang legal, etis, dan berkelanjutan.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Desain Program

Program ini menggunakan desain intervensi pelatihan (*workshop*) berbasis andragogi yang menekankan relevansi materi, praktik langsung, dan pendampingan singkat pascapelatihan. Kegiatan menggabungkan *micro-lecture*, diskusi kasus, serta simulasi bisnis sederhana untuk meningkatkan pemahaman praktis peserta mengenai literasi bisnis MLM ([Brenjeky, 2024](#)).

2.2 Peserta

Peserta adalah ibu rumah tangga di wilayah Jabodetabek yang berminat menjalankan aktivitas penjualan langsung/MLM. Rekrutmen dilakukan melalui kader posyandu, TP-PKK, kelompok arisan/UMKM, dan jejaring komunitas lokal. Jumlah peserta 10 - 250 orang yang dibagi ke dalam 4 - 8 *batch* (10 - 80 peserta/*batch*) agar sesi diskusi dan praktik tetap interaktif.

2.3 Lokasi dan Waktu

Pelatihan dilaksanakan pada September 2024 wilayah jabodetabek di fasilitas komunitas seperti aula kelurahan, balai RW, atau ruang serbaguna kecamatan. Penjadwalan menyesuaikan ketersediaan waktu ibu rumah tangga (pagi/siang/awal malam) untuk meminimalkan hambatan partisipasi.

2.4 Metode Pelatihan

Pelatihan terdiri atas empat modul utama:

1. Modul A: Konsep Dasar MLM – pengertian, model pendapatan, dan perbandingan dengan model bisnis lain ([Suwandono, 2020](#)).
2. Modul B: Etika & Legalitas – perbedaan MLM legal vs skema piramida, izin SIUPL, kebijakan buy-back, dan analisis kasus ([Suwandono, 2020](#)).
3. Modul C: Manajemen Keuangan – pencatatan sederhana, margin, break even, proyeksi pendapatan, serta kewajiban pajak dasar ([Aulia, Sasmita, Irsyadi, Sandy, & Zuhry, 2025](#)).
4. Modul D: Strategi Pemasaran Digital – teknik pemasaran etis, pemanfaatan media sosial, dan penyusunan rencana pemasaran satu halaman ([Latif, Syahfari, & Purwanti, 2022](#)).

Setiap modul dikemas dalam 60 - 90 menit dan mencakup *micro-lecture*, diskusi, serta simulasi praktik (*role-play* penjualan, latihan menghitung komisi, dan penyusunan konten pemasaran sederhana).

2.5 Evaluasi dan Pengukuran Dampak

Evaluasi dilakukan menggunakan rancangan pra pasca pelatihan dengan instrumen kuisioner Likert dan pertanyaan terbuka ([Nuraindah, Sufianti, & Drp, 2024](#); [Suidarma, Yasa, Lestari, & Nuraga, 2025](#)).

1. Pra-pelatihan (*baseline*): mengukur pengetahuan dasar MLM, pemahaman legalitas, literasi keuangan, dan niat berperilaku.
2. Pasca-pelatihan langsung: mengukur peningkatan pengetahuan dan perubahan persepsi etika/risiko.
3. *Follow-up* 1 & 3 bulan: menilai adopsi praktik (mis. mulai menjual, pencatatan keuangan), hambatan implementasi, serta perubahan pendapatan.

2.6 Metode Analisis

Analisis data program pelatihan menggunakan pendekatan *mixed-methods*, dengan analisis kuantitatif untuk mengukur perubahan pengetahuan dan literasi keuangan, serta analisis kualitatif untuk memahami dinamika pengalaman peserta selama dan setelah pelatihan ([Cahyono, Ristantri, & Gusmao, 2025](#); [Saepuloh & Nugraha, 2025](#)).

1. Kuantitatif: uji perbandingan pra-pasca (*paired t-test* atau *Wilcoxon*) untuk skor pengetahuan dan literasi keuangan; perhitungan persentase peserta yang mulai/meningkatkan aktivitas penjualan.
2. Kualitatif: analisis tematik terhadap jawaban terbuka dan wawancara 10 –15 peserta untuk menggali dinamika keberhasilan maupun hambatan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Gambaran Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan pada September 2024 di delapan batch di wilayah Jabodetabek, melibatkan 250 ibu rumah tangga. Lokasi dipilih di lingkungan komunitas (balai warga, aula PKK, ruang serbaguna masjid) untuk memudahkan akses, sehingga tingkat kehadiran mencapai 92%. Kegiatan berlangsung sesuai modul: (A) konsep dasar MLM, (B) etika dan legalitas, (C) manajemen keuangan sederhana, dan (D) strategi pemasaran produk, dengan metode ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, dan simulasi.

3.1.2 Partisipasi dan Respon Peserta

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta menilai pelatihan:

1. Sangat bermanfaat (4,72/5)
2. Materi mudah dipahami (4,55/5)
3. Metode interaktif efektif (4,63/5)

Observasi fasilitator menunjukkan keterlibatan tinggi, terutama saat membahas perbedaan MLM legal dan *money game*. Peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengevaluasi peluang bisnis.

3.1.3 Peningkatan Pemahaman Peserta

Evaluasi pra dan pasca pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan pada seluruh aspek utama: konsep MLM, legalitas, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital.

Tabel 4.1.3 Ringkasan Peningkatan Skor Pra–Pasca Pelatihan

Aspek yang Diukur	Skor Pra (%)	Skor Pasca (%)	Peningkatan
Pemahaman konsep dasar MLM	47	83	+36
Membedakan legal vs ilegal	39	80	+41
Pencatatan keuangan sederhana	42	75	+33
Strategi pemasaran digital	36	71	+35

3.1.4 Dampak pada Motivasi dan Perencanaan Usaha

Sebanyak 84% peserta menyatakan siap mencoba menjalankan MLM legal. Sekitar 65% menyusun Rencana Aksi Pribadi, termasuk target penjualan sederhana, pencatatan kas harian, dan promosi melalui *WhatsApp*/komunitas.

3.1.5 Tantangan dan Pembelajaran

Tantangan utama meliputi:

1. Stigma negatif terhadap MLM, diatasi melalui penekanan pada legalitas dan verifikasi SIUPL.
2. Variasi literasi digital, direspons dengan strategi pemasaran sederhana berbasis *WhatsApp*/*Facebook Group*.
3. Keterbatasan waktu, sehingga pelatihan dibatasi 3 jam namun tetap efektif lewat kombinasi ceramah simulasi.

Pelatihan diawali dengan sesi ceramah mengenai konsep dasar *Multi-Level Marketing* (MLM) yang disampaikan oleh fasilitator. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan tentang pengertian MLM, mekanisme kerja, serta perbedaan antara MLM legal dan skema piramida. Antusiasme peserta terlihat jelas saat menyimak materi, sebagaimana ditunjukkan pada dokumentasi berikut:



Gambar 1. Sesi ceramah tentang konsep dasar MLM

Peserta pelatihan tampak antusias dalam mengikuti materi yang disampaikan. Hal ini terlihat dari keseriusan mereka menyimak penjelasan fasilitator, mencatat poin-poin penting, serta aktif mengajukan pertanyaan selama sesi berlangsung. Antusiasme tersebut terekam jelas dalam dokumentasi kegiatan berikut:



Gambar 2. Peserta antusias menyimak materi pelatihan

Sebagai penutup kegiatan, seluruh peserta bersama fasilitator melakukan sesi foto bersama. Dokumentasi ini tidak hanya menjadi bukti pelaksanaan kegiatan, tetapi juga mencerminkan semangat kebersamaan, kekompakan, serta rasa syukur atas terselenggaranya program pelatihan. Kebersamaan peserta dan tim pelaksana dapat dilihat pada dokumentasi gambar berikut:



Gambar 3. Foto kebersamaan peserta dan fasilitator setelah pelatihan

3.2 Pembahasan

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pengetahuan yang konsisten dengan teori andragogi, literasi bisnis, serta pemberdayaan ekonomi perempuan. Secara keseluruhan, temuan ini mengkonfirmasi bahwa intervensi edukatif yang dirancang sesuai karakteristik orang dewasa mampu menghasilkan perubahan pemahaman, sikap, dan keterampilan secara signifikan.

Pertama, keterkaitan dengan teori andragogi. Peningkatan skor pengetahuan pada seluruh aspek (konsep MLM, legalitas, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital) menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis andragogi berjalan efektif. Teori andragogi menekankan bahwa orang dewasa belajar paling baik ketika materi pelatihan relevan dengan kebutuhan nyata, berbasis pengalaman, dan dapat langsung diaplikasikan ([Brenjekjy, 2024](#)). Materi yang disusun secara praktis misalnya latihan menghitung komisi, simulasi analisis legalitas MLM, dan pembuatan rencana aksi pemasaran sejalan dengan prinsip tersebut. Hal ini menjelaskan mengapa tingkat partisipasi dan retensi peserta tinggi, serta mengapa terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan pada seluruh komponen pelatihan.

Kedua, keterkaitan dengan literasi keuangan. Temuan peningkatan pencatatan keuangan sederhana (+33%) menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengelola arus kas dan memisahkan keuangan usaha dari keuangan rumah tangga ([Mas, Pratiwi, Suarbawa, & Kusmawan, 2025](#)). Ini sekaligus memperkuat temuan nasional dari OJK tahun 2025 mengenai peningkatan inklusi keuangan, namun dengan catatan bahwa kelompok ibu rumah tangga tetap membutuhkan intervensi berbasis pelatihan ([Wibowo, 2025](#)). Dengan memahami margin, pengeluaran, dan proyeksi pendapatan, ibu rumah tangga dapat mengurangi risiko kerugian ketika menjalankan usaha MLM. Artinya, literasi keuangan berfungsi

sebagai *filter* yang membantu peserta menganalisis apakah peluang MLM realistis, berisiko, atau berpotensi menjadi skema piramida.

Ketiga, keterkaitan dengan literasi bisnis dan pemasaran digital. Peningkatan kemampuan merancang strategi pemasaran digital sederhana (+35%) menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan prinsip literasi bisnis dan pemasaran sebagaimana dijelaskan oleh ([Commission, 2018](#); [Latif et al., 2022](#)). Mengingat banyak peserta memiliki literasi digital rendah, pendekatan low-tech (WhatsApp Group, Facebook lokal, broadcast message) terbukti relevan dan mudah diaplikasikan. Hal ini sejalan dengan temuan [Haris, Tahir, Haris, and Gunawan \(2025\)](#) bahwa strategi pemasaran berbiaya rendah sangat cocok bagi pelaku usaha mikro seperti ibu rumah tangga. Dengan demikian, hasil pelatihan menegaskan bahwa literasi bisnis dan pemasaran digital merupakan kompetensi penting untuk mendorong kemandirian ekonomi perempuan.

Keempat, keterkaitan dengan pemberdayaan perempuan. Dari sisi pemberdayaan, pelatihan berpengaruh pada peningkatan kepercayaan diri dan motivasi menjalankan usaha. Sebanyak 84% peserta merasa siap mencoba MLM legal dan 65% menyusun rencana aksi pribadi. Ini sejalan dengan [Dewi \(2025\)](#) yang menegaskan bahwa literasi keuangan dan bisnis meningkatkan *agency* perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pelatihan ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga memperkuat posisi ibu rumah tangga sebagai pengambil keputusan finansial di lingkup keluarga.

Kelima, kontribusi terhadap pemahaman legalitas MLM. Sebelum pelatihan, banyak peserta menyamakan MLM dengan money game karena kurangnya pemahaman legalitas. Setelah pelatihan, peserta dapat mengidentifikasi ciri MLM legal seperti SIUPL, produk nyata, transparansi bonus, dan buy-back ([Groß & Keep, 2025](#)). Hal ini menunjukkan bahwa literasi hukum dan literasi bisnis memiliki peran penting dalam mencegah korban penipuan.

Keenam, integrasi temuan terhadap model pemberdayaan ekonomi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peningkatan literasi bisnis, literasi keuangan, dan literasi digital secara simultan memperkuat kesiapan usaha ibu rumah tangga. Ini mendukung penelitian [Rizkia et al. \(2023\)](#) yang menekankan bahwa pelatihan berbasis andragogi mampu meningkatkan kecakapan vokasional perempuan. Dengan demikian, pelatihan ini dapat disebut sebagai model pemberdayaan yang terpadu (*integrated empowerment model*), menghubungkan beberapa literasi yang sebelumnya diteliti secara terpisah.

Namun, beberapa keterbatasan perlu dicatat. Durasi pelatihan yang singkat membatasi pendalaman materi, variasi kemampuan peserta menyebabkan ketidaksamaan tingkat pemahaman, dan dampak ekonomis jangka panjang belum dapat diverifikasi tanpa studi lanjutan. Meskipun demikian, temuan awal tetap menunjukkan bahwa intervensi pelatihan yang terstruktur dapat menghasilkan peningkatan kapasitas yang signifikan.

4. Kesimpulan

4.1 Kesimpulan

Pelatihan Pemahaman Bisnis MLM untuk ibu rumah tangga di wilayah Jabodetabek berhasil menunjukkan bahwa pendekatan edukasi berbasis andragogi mampu meningkatkan kapasitas peserta dalam memahami operasional dan etika bisnis MLM secara lebih tepat. Program ini tidak hanya memperkuat pemahaman mengenai legalitas dan perbedaan MLM dengan praktik ilegal, tetapi juga meningkatkan literasi keuangan dasar serta kesiapan peserta dalam merencanakan aktivitas usaha secara lebih terstruktur. Kontribusi utama pelatihan ini terletak pada penguatan aspek pemberdayaan perempuan melalui peningkatan literasi bisnis, rasa percaya diri, dan kesiapan untuk menjalankan usaha secara mandiri.

Temuan ini memperkaya kajian terkait literasi bisnis MLM di Indonesia yang masih terbatas dan memberikan model intervensi pelatihan yang aplikatif bagi program pengabdian masyarakat, lembaga pemberdayaan perempuan, dan institusi pelatihan berbasis komunitas. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan bukti awal bahwa intervensi singkat dapat memberikan dampak positif terhadap

peningkatan kapasitas usaha ibu rumah tangga. Namun demikian, diperlukan mekanisme pendampingan lanjutan untuk memastikan penerapan kompetensi secara berkelanjutan di lapangan.

4.2 Limitasi

Meskipun pelatihan ini memberikan dampak positif, beberapa limitasi perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan waktu pelatihan yang mengurangi kedalaman pemahaman peserta mengenai berbagai aspek operasional usaha MLM, seperti manajemen sumber daya manusia dan strategi pemasaran jangka panjang. Selain itu, meskipun pemahaman mengenai legalitas MLM telah diperoleh, tantangan utama yang masih dihadapi oleh peserta adalah keterbatasan akses terhadap modal dan jaringan pemasaran yang lebih luas. Program ini juga belum sepenuhnya membekali peserta dengan keterampilan digital yang diperlukan dalam memasarkan produk melalui media sosial dan platform e-commerce, yang semakin penting dalam konteks pemasaran produk di tahun 2025.

4.3 Saran dan Studi Lanjutan

Untuk program pelatihan selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan bentuk pendampingan atau mentoring jangka menengah (3–6 bulan) agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mendapatkan dukungan saat menghadapi tantangan dalam praktik usaha. Kolaborasi dengan asosiasi resmi seperti APLI dan pemerintah daerah juga diperlukan untuk memperkuat legalitas kegiatan, menyediakan akses informasi perusahaan berizin, serta memperluas jejaring pemasaran peserta. Selain itu, penguatan modul literasi digital sangat diperlukan mengingat peran media sosial dan e-commerce yang semakin penting dalam pemasaran produk pada tahun 2025. Peningkatan kemampuan promosi digital sederhana akan membantu peserta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan aman. Untuk penelitian atau program keberlanjutan ke depan, evaluasi lanjutan sebaiknya menggunakan desain longitudinal (6–12 bulan) guna mengukur dampak jangka panjang, termasuk perubahan pendapatan, perilaku kewirausahaan, dan tingkat kemandirian finansial peserta.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bhakti Pembangunan yang telah memberikan dukungan akademik dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada tim fasilitator, kader PKK, posyandu, serta pihak kelurahan di wilayah Jabodetabek yang telah membantu proses koordinasi dan pelaksanaan kegiatan. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh ibu rumah tangga peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan dukungan dan kolaborasi semua pihak telah menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini.

Referensi

- Amilahaq, F., Hastuti, E. S., Putri, E. R. P., Astuti, S. N., & Rizkiyanti, A. (2025). Peningkatan Kesadaran Orang Tua untuk Perencanaan Keuangan Pendidikan Anak di Kota Semarang. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 191-202. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v6i1.4344>
- Ardiansyah, A., Hidayanti, S., Hafid, R. A., & Putri, J. A. (2024). Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 4(3), 1-9. doi:<https://doi.org/10.58707/jipm.v4i3.966>
- Arliyanda, A. (2020). Eksistensi produk multi level marketing dengan skema piramida dalam sistem hukum di indonesia. *Tadulako Master Law Journal*, 4(1), 80-92. doi:<https://doi.org/10.22487/tmlj.v4i1.194>
- Aulia, D., Sasmita, M. Z. H., Irsyadi, M. T., Sandy, S., & Zuhry, A. D. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM dalam Mengelola Keuangan melalui Literasi Keuangan dan Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(3), 787-794. doi:<https://doi.org/10.54082/jamsi.1795>
- Awaluddin, S. P., Nurani, N., Awaluddin, A., Muntasir, M., & Awaluddin, N. (2023). Pelatihan, Produksi, Pemasaran Dodol Jagung Khas Paitana Bagi Remaja dan Ibu Rumah Tangga di Jeneponto. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 93-102. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2466>

- Az'mi, Y. U., Karjati, P. D., Murni, S. A., & Pitaloka, S. A. P. (2023). Upaya Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga di Perum Griya Surabaya Asri Yang Bertujuan Memotivasi Kewirausahaan Mandiri. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 3(3), 200-203. doi:<https://doi.org/10.31004/jh.v3i3.356>
- Brenjeky, H. (2024). 7 Theories Of Adult Learning That Will Transform Your eLearning And Training Techniques. Retrieved from <https://elearningindustry.com/theories-of-adult-learning-that-will-transform-your-elearning-and-training-techniques?>
- Cahyono, D., Ristantri, C. D., & Gusmao, C. (2025). Analisis Tematik Implementasi Pendidikan Literasi Keuangan di Sekolah. *Jurnal E-Bussiness Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 5(1), 20-30. doi:<https://doi.org/10.59903/ebussiness.v5i1.158>
- Commission, F. T. (2018). Business guidance concerning multi-level marketing. *Federal Trade Commission*.
- Dewi, M. (2025). Pemberdayaan Perempuan melalui Pelatihan Keterampilan, Manajemen Usaha, Literasi Keuangan, dan Pendampingan Pemasaran Produk Lokal desa Sukma Jaya. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 72-77. doi:<https://doi.org/10.63200/jependimas.v2i3.60>
- Fanggidae, A. W., & Wahyoedi, S. (2025). The effect of organizational culture and service quality on patient loyalty mediated by patient satisfaction. *Global Academy of Business Studies*, 2(2), 81-99. doi:<https://doi.org/10.35912/gabs.v2i2.3604>
- Febrianty, F., Annisa, M. L., Pratiwi, Y. N., Putri, T., Utami, P., & Lestari, E. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha dan Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi UKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 229-237. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v2i4.1226>
- Groß, C., & Keep, W. (2025). The law and consumer harm in multi-level marketing: a review. *Journal of Marketing Management*, 1-48. doi:<https://doi.org/10.1080/0267257X.2025.2578617>
- Haris, A. T. E., Tahir, R., Haris, A. T. L. P. L., & Gunawan, M. T. (2025). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah pada Era Digital di Kota Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 5(1), 98-108. doi:<https://doi.org/10.31963/jba.v5i1.5479>
- Harizan, H. (2017). Upaya Preventif Berkembangnya Money Game Di Indonesia. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Perbankan Islam*, 2(1), 80-101. doi:<https://doi.org/10.32923/asy.v2i1.592>
- Latif, I. N., Syahfari, H., & Purwanti, P. (2022). Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing Bagi UMKM Kerajinan Sarung Tenun di Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(2), 411-417. doi:<https://doi.org/10.30591/japhb.v5i2.3149>
- Lopa, M., Raraga, F., Wangka, N. M., & Meti, Y. (2024). Analisis literasi keuangan ibu rumah tangga di Desa Sosol Kecamatan Malifut. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 8(1), 122-127. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v8i1.357>
- Mahdalena, V., Handayani, L., & Uljanatunnisa, U. (2023). Adoption of Persuasion Communication of Young Mothers in Multi-Level Marketing (MLM) Business Development. *Society*, 11(2), 458-473. doi:<https://doi.org/10.33019/society.v11i2.369>
- Mas, I. G. A. M. A., Pratiwi, A., Suarbawa, I. W., & Kusmawan, I. M. H. (2025). Peran Literasi Keuangan Bagi Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga. *Jurnal Ilmiah Sains Sosial, Kewirausahaan dan Kebudayaan*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.58878/jissiwirabuda.v3i1.378>
- Melinia, E., Suropto, S., & Harori, M. I. (2024). Pengaruh literasi keuangan yang dimediasi oleh perilaku keuangan, dan kontribusi pembiayaan usaha terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 14(2), 100-111. doi:<https://doi.org/10.33592/jiia.v14i2.4742>
- Mulyantini, S., Surbakti, L. P., Maulana, A., & Wibawaningsih, E. J. (2025). Authentic Culinary Business for Sustainable Tourism: Strategy, Experience, Motivation and Value. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 5(1), 143-159. doi:<https://doi.org/10.35912/sakman.v5i1.4279>

- Nuraindah, N., Sufianti, E., & Drp, A. (2024). Efektivitas pelatihan pembelajaran inkuiri bagi guru ipa smp melalui evaluasi perubahan perilaku dan hasil. *Jurnal Media Administrasi Terapan*, 4(2), 165-179. doi:<https://doi.org/10.31113/jmat.v4i2.76>
- Prowanta, E., Siswanti, I., & Fahlevi, M. (2025). Hubungan Pembiayaan Berkelanjutan dan Keterlibatan Pemangku Kepentingan Dalam Pengembangan Wisata Bahari. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 11(1), 61-71. doi:<http://dx.doi.org/10.15578/marina.v11i1.15096>
- Rizkia, T., Darmawan, D., & Rawita, I. S. (2023). Pendekatan Andragogi Dalam Membina Kecakapan Vokasional dan Sosial Ibu Rumah Tangga Pada Pelatihan Menjahit di Yayasan Salt Indonesia Kabupaten Lebak Banten. *Jambura Journal of Community Empowerment*, 118-125. doi:<https://doi.org/10.37411/jjce.v4i1.2406>
- Roifah, T. N., Yuana, A. G., & Fadila, N. (2025). Penguatan Literasi Akad Muamalah Kontemporer pada Praktik Samsarah (Makelar), Dropshipping, Reseller, dan MLM bagi Ibu-Ibu Komunitas Sakinah Financial Kota Batu. *NuCSJo: Nusantara Community Service Journal*, 2(3), 281-290. doi:<https://doi.org/10.70437/nucsjo.v2i3.331>
- Royan, M., & Assa, A. F. (2025). The effect of quality of work life and organizational citizenship behavior on employee performance: Mediated by work motivation. *Global Academy of Business Studies*, 2(2), 151-163. doi:<https://doi.org/10.35912/gabs.v2i2.3671>
- Saepuloh, T., & Nugraha, M. S. (2025). Pengembangan dan analisis program pelatihan guru SMK berbasis blended learning, lesson study, dan professional learning community untuk meningkatkan kompetensi profesional: Development and analysis of a blended learning-based, lesson study, and professional learning community training program for vocational school teachers to enhance professional competence. *Epistemic: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 4(3), 473-489. doi:<https://doi.org/10.70287/epistemic.v4i3.479>
- Sari, L. A. B. (2025). Multi-Level Marketing (MLM) Law According to the Fatwa of the Lajnah Daimah. *Jurnal Pendidikan IPS*, 15(2), 538-544. doi:<https://doi.org/10.37630/jpi.v15i2.2797>
- Setiawan, B., & Saputra, T. S. (2020). Literasi Keuangan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4(2). doi:<https://doi.org/10.36982/jam.v4i2.1258>
- Suidarma, I. M., Yasa, I. W. S., Lestari, P. N. E., & Nuraga, I. K. (2025). Pelatihan Peningkatan Literasi Keuangan Digital Masyarakat melalui Sosialisasi dan Survei Partisipatif di Kelurahan Kesiman, Denpasar, Bali. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(4), 1221-1226. doi:<https://doi.org/10.54082/jamsi.1905>
- Suwandono, B. J. T. M. A. (2020). Praktik skema piramida dalam sistem distribusi barang. *Jurnal Ilmu Kepolisian*, 14(2), 18-18. doi:<https://doi.org/10.35879/jik.v14i2.257>
- Van der Heide, A., & Želinský, D. (2021). ‘Level up your money game’: an analysis of gamification discourse in financial services. *Journal of Cultural Economy*, 14(6), 711-731. doi:<https://doi.org/10.1080/17530350.2021.1882537>
- Wibowo, W. (2025). Membangun Generasi Z Melek Keuangan Syariah: Peluang, Tantangan, Strategi, dan Inovasi. *Journal Of Economic Research*, 1(2), 87-94. doi:<https://doi.org/10.56799/joer.v1i2.17>
- Wrenn, M. V. (2023). Multi-level marketing: A neoliberal institution. *Journal of Economic Issues*, 57(4), 1043-1061. doi:<https://doi.org/10.1080/00213624.2023.2273115>