



Pendampingan Edukasi Literasi Keuangan Dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Industri Rumahan

Financial Literacy Educational Assistance And Digital Marketing Implementation In Home Industrial Business

Zulfa Zakiatul Hidayah ¹, Prasetyo Hari Sandi ², Muhamad Syahwildan ³,
Etty Zuliawati Zed ⁴, Erin Soleha ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi

Korespondensi penulis: zulfazakiatul23@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: 30 Maret 2023

Revised: 14 April 2023

Accepted: 30 Mei 2023

Keywords: *Financial Literacy, Social Media, Marketing, Entrepreneurs, Home Industry*

Abstract: *The financial literacy and inclusion index for urban areas in 2022 is 86.73%, for rural areas it is 82.69%. There is a gap of 2.10% between rural and urban areas. Seeing this, it is necessary to pay special attention to outreach and education in rural areas so that the strategy for implementing financial education is to increase the quantity of implementing financial education in rural areas. Especially now that we have entered the era of society 5.0 where all transactions use technology. Even though the development of technology is very rapid, there are still many business actors who do not understand the use of information technology (Sugiarto et al., 2022). In this digital era, it is expected to form an information technology, especially in the field of marketing. Business actors, especially Mrs. Asri as the owner of the Serangkai Rasa business herself, said that there is still a lack of socialization of financial literacy itself, this is an obstacle for the community, especially business actors, in keeping abreast of economic developments, especially in the industrial era 4.0 where all transactions have been carried out in technology-based businesses. . This service activity can provide positive results for the Implementation of Financial Literacy Education and Digital Marketing for Home Industry Business Actors.*

Abstrak

Perkembangan teknologi di era digitalisasi sangatlah cepat. Ditambah dengan dampak positif dari digitalisasi di dunia terutama pada sektor ekonomi adalah adanya kemudahan dalam berinvestasi secara online lewat aplikasi. Indeks literasi dan inklusi keuangan wilayah perkotaan tahun 2022 sebesar 86,73%, untuk wilayah perdesaan sendiri sebesar 82,69%. Terdapat gap sebesar 2,10%

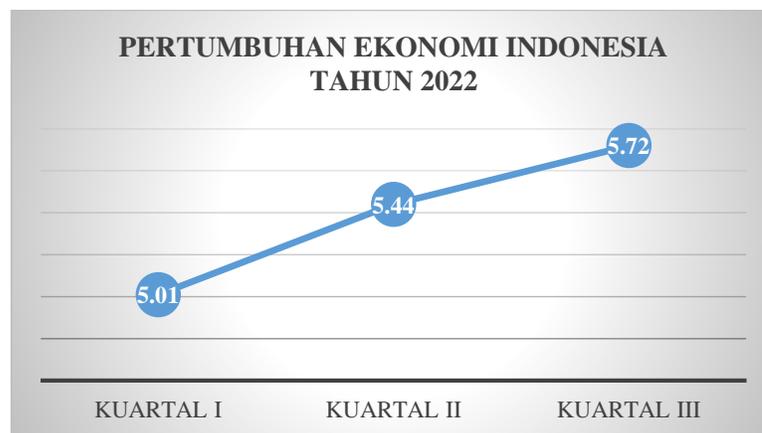
antara pedesaan dan perkotaan, melihat hal tersebut maka perlu adanya perhatian khusus akan sosialisasi dan edukasi pada pedesaan agar strategi pelaksanaan edukasi keuangan yaitu meningkatkan kuantitas pelaksanaan edukasi keuangan di wilayah pedesaan tercapai. Terlebih sekarang kita sudah memasuki era society 5.0 dimana semua transaksi sudah menggunakan teknologi. Meskipun perkembangan teknologi sangat pesat masih banyak para pelaku usaha yang belum paham mengenai penggunaan teknologi informasi (Sugiarto et al. 2022). Pada era digital ini diharapkan dapat membentuk sebuah teknologi informasi khususnya di bidang pemasaran. Pelaku usaha khususnya Bu Asri selaku pemilik usaha Serangkai Rasa sendiri mengutarakan masih kurangnya sosialisasi akan literasi keuangan sendiri, hal ini menjadi hambatan untuk masyarakat terkhusus para pelaku usaha dalam mengimbangi perkembangan ekonomi, terlebih di era industri 4.0 dimana semua transaksi sudah melakukan usahanya berbasis teknologi. Dengan kegiatan pengabdian ini dapat memberikan hasil yang positif terhadap Edukasi Literasi Keuangan Dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Industri Rumahan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Sosial Media, Pemasaran, Pelaku Usaha, Industri rumahan

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2023 diprediksi tidak akan sampai mengalami resesi, hal ini dibenarkan oleh beberapa ahli dan pengamat ekonomi Indonesia. Tahun 2023 Indonesia tidak akan mengalami resesi seperti yang akan dialami negara US, China dan negara Eropa tetapi hanya koreksi pertumbuhan kemungkinan berada di bawah 5%, hal tersebut diutarakan oleh salah satu profesor Magister Manajemen Universitas Bunda Mulia yakni Prof. Dr. Ratlan Pardede, Drs., M.M. dalam Seminar Economy Digital 2023 tanggal 28 Januari 2023. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Pertumbuhan Ekonomi Indonesia sepanjang tahun 2022 meningkat, dapat dilihat dari grafik dibawah ini:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2022



Sumber: www.bps.go.id diakses tanggal 22 Februari 2023
(Data diolah peneliti, 2023)

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi suatu negara idealnya diiringi dengan literasi masyarakat akan keuangan pula, hal ini terbukti terlihat dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Sementara indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10 persen meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19 persen. Dapat dilihat masyarakat sudah mulai peduli akan literasi keuangan, namun ada hal yang menjadi ketimpangan dari hasil survei tersebut dimana dari hasil tersebut ada perbedaan tingkat literasi inklusi keuangan berdasarkan wilayah, masih adanya gap antara perkotaan dan pedesaan sebagaimana diuraikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Perbandingan Tingkat Literasi Inklusi Keuangan Berdasarkan Strata Wilayah

Literasi	Perkotaan	41,41%	50,52%
	Perdesaan	34,53%	48,43%
	Gap	6,88%	2,10%
Inklusi	Perkotaan	83,60%	86,73%
	Perdesaan	68,49%	82,69%
	Gap	15,11%	4,04%

Dilihat dari tabel diatas Indeks literasi dan inklusi keuangan wilayah perkotaan masing-masing sebesar 50,52% dan 86,73%, lebih tinggi dibandingkan di wilayah pedesaan yakni sebesar 48,43% dan 82,69%. Terdapat gap sebesar 2,10% antara pedesaan dan perkotaan, melihat hal tersebut maka perlu adanya perhatian khusus akan sosialisasi dan edukasi pada pedesaan agar strategi pelaksanaan edukasi keuangan yaitu meningkatkan kuantitas pelaksanaan edukasi keuangan di wilayah pedesaan tercapai. Kabupaten Bekasi memiliki 23 kecamatan, 7 kelurahan, dan 180 desa salah satu desanya yaitu Desa lambangjaya yang terletak di kecamatan Tambun Selatan kabupaten Bekasi. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi update tahun 2020 memiliki penduduk berjumlah 3,11 juta jiwa. Tambun Selatan merupakan kecamatan di Kabupaten Bekasi dengan jumlah penduduk terbanyak, yakni mencapai 431,94 ribu jiwa. Menjadi kecamatan terpadat sejalan dengan pertumbuhan para pelaku usaha didaerah tersebut. Banyak pelaku usaha yang terdapat di kecamatan Tambun Selatan, termasuk desa Lambangjaya. Di desa Lambangjaya tepatnya di Jl. Kampung Pekopen terdapat industri rumahan yang menjual produk ramuan rempah yang memiliki nama Serangkai Rasa, berjalan sudah sekitar 5 tahun usaha ini menjadi binaan dari pihak UMKM kecamatan Tambun. Dikelola oleh Bu Asri Bandunsari tepatnya di wilayah Grand Wisata Citrus Garden CD6/11. Berangkat dari obrolan perihal segala operasional industri rumahan ini, menyadari ada beberapa hal yang perlu pendampingan mengenai literasi keuangan dan pemasaran digital di era teknologi. Disadari atau tidak para pelaku usaha maupun masyarakat sendiri mengutarakan masih kurangnya sosialisasi akan literasi keuangan sendiri, hal ini menjadi hambatan untuk masyarakat terkhusus para pelaku usaha dalam mengimbangi perkembangan ekonomi, terlebih di era industri 4.0 dimana semua transaksi sudah melakukan usahanya berbasis teknologi. Berbicara keuangan maupun pemasaran produk pada era digitalisasi ini kita tak dapat menutup mata bahwa kita harus menerapkan *Fiancial Technology* (FinTech) dan digital marketing agar usaha kita dapat bersaing. Literasi keuangan dan teknologi dapat membantu para pelaku usaha meningkatkan kinerja serta mempertahankan keberlangsungan usaha, literasi keuangan bukan hanya berbentuk laporan keuangan sesuai standar, namun juga mencakup pengendalian internal yang harus dilakukan, pemisahan tanggung jawab pekerjaan, dan alur koordinasi yang

jelas(Waharini et al. 2022). Selain itu dengan kemajuan teknologi yang ada pelaku usaha harus dapat berinovasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini yang akan memudahkan mereka dalam mengolah pencatatan keuangan menggunakan aplikasi digital(Hariroh, Soleha, and Rustamaji 2022). Meskipun perkembangan teknologi sangat pesat masih banyak para pelaku usaha yang belum paham mengenai penggunaan teknologi. Pada era digital ini diharapkan dapat membentuk sebuah teknologi informasi khususnya di bidang pemasaran dan keuangan(Sugiarto et al. 2022). Selain keuangan penggunaan strategi digital marketing secara berkala dengan efektif dan optimal dalam kegiatan pemasaran dapat meningkatkan penjualan usaha (Naimah et al. 2020). Begitupun yang dirasakan oleh Bu Asri selaku pemilik usaha industri rumahan Serangkai Rasa dari sekian banyak hambatan digitalisasi ini menjadi salah satunya. banyak sekali hambatan yang dialami oleh para pelaku usaha, salah satu masalah pelaku usaha yaitu menurunnya pembeli(Setyawan, Listyarti, and Wicaksono 2022). Pemanfaatan digital marketing maupun FinTech diharapkan membantu pelaku usaha untuk memperoleh pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mitra sebagai pelaku usaha(Susanto et al. 2021). Terlebih pada masa-masa covid-19 masyarakat sudah sangat nyaman dengan fasilitas digitalisasi yang ditawarkan maka oleh sebab itu pelaksanaan Pengabdian ini akan berfokus pada edukasi dan pemberdayaan terhadap literasi keuangan dan pemasaran yang berfokus pada FinTech dan digital marketing yang populer pada masa ini untuk membantu para pelaku usaha dalam mengoperasikan usahanya.

METODE

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian ini kami melakukan tahap persiapan seperti survei tempat kegiatan karena kegiatan pengabdian kepada masyarakat dikhususkan untuk pelaku usaha binaan UMKM Kecamatan Tambun yaitu usaha milik Bu Asri Bandunsari yang menjual produk ramuan rempah dengan nama merek Serangkai Rasa yang mana lokasinya di Grand Wisata Citrus Garden CD6/11 dan kegiatan pelaksanaan bertempat di tempat produksi Serangkai Rasa. Pendampingan ini ditujukan untuk Pemilik Usaha Bu Asri Bandunsari industri rumahan Serangkai Rasa dan para pegawainya. Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kami melakukan tahap persiapan yaitu survei tempat dan berbincang-bincang dengan pemilik usaha ketempat usaha Bu Asri Bandunsari industri rumahan Serangkai Rasa di Grand Wisata Citrus Garden CD6/11. Menanyakan permasalahan yang terjadi dan kebutuhan akan pelatihan apa untuk meingkatkan usaha Bu Asri. Setelah itu kami mengatur jadwal pelaksanaan pendampingannya. Tahapan Pelaksanaa dibentuk seperti forum diskusi bersama pemilik usaha dan beberapa pegawainya melakukan pelatihan dan pendampingan dalam memberi edukasi dan motivasi agar lebih memahami literasi keuangan dan meningkatkan penggunaan produk keuangan, teknologi dan media keuangan digital lainnya(Setyawan, Listyarti, and Wicaksono 2022). Mengenalkan seputar literasi keuangan yang harus dipahami untuk industri rumahan serta memberi tips dan trik dalam melakukan pemasaran di era digitalisasi sampai pendampingan pembuatan akun atau aplikasi yang digunakan guna meningkatkan kinerja usahanya.

Setelah semua tahapan selesai kami lakukan monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara intensif oleh team pelaksana pengabdian disetiap tahapan-tahap rencana kegiatan agar dapat berjalan dengan maksimal. Evaluasi dilaksanakan seiring dengan tahapan-tahapan kegiatan agar setiap terjadi kendala team pelaksana dapat menyelesaikan dengan efektif, tidak hanya itu monitoring juga dilakukan terhadap kebutuhan lanjutan atau tambahan dari Bu Asri selaku pengelola usaha Serangkai Rasa agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar dan hasil

yang dapat memuaskan kedua belah pihak. Selain itu, memberi konsultasi melalui whatsapp (WA) untuk para peserta yang memiliki antusiasme lebih.

Dengan terlaksananya pengabdian ini tercapainya tujuan kegiatan seperti berikut:

- a. Memberikan literasi keuangan dan pemasaran pada para pelaku usaha sesuai lingkungan peserta kegiatan pengabdian.
- b. Memberikan pemahaman dalam mengoperasikan sosial media dan platform pendukung lainnya untuk industri rumahan Serangkai Rasa.
- c. Mempraktekan cara mengoperasikan dan memanfaatkan Financial Technology yang sudah disiapkan serta Tips dan Trik penggunaan Media Sosial.
- d. Hasil yang ingin didapat peserta PKM yang berminat memperbesar skala usaha bisnis melalui aplikasi digital marketing yang sesuai. Selain itu kegiatan PKM juga diharapkan dapat membuat profil demografis peserta pelaku usaha dan mampu mendeskripsikan hambatan bisnis, cara efektif mengatasinya dan aplikasi sosial media yang sudah dipakai.

HASIL

Kegiatan terlaksana hari kamis, 6 April 2023 dari jam 09.00 – 17.00 WIB bertempat di Grand Wisata Citrus Garden CD6/11 dengan agenda sebagai berikut:

**Agenda kegiatan pengabdian
Tema “Pendampingan Edukasi Literasi Keuangan Dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Industri Rumahan”**

No.	Waktu	Durasi	Kegiatan
1	08.30-09.00	30'	Registrasi dan Mengisi daftar hadir
2	09.00-09.30	10'	Pembukaan
3	09.30-10.30	60'	Materi Pertama Pengenalan Literasi Keuangan Sesi Tanya Jawab
4	10.30-11.30	60'	Materi Ke-2 Penerapan Literasi Keuangan pada era digitalisasi Sesi Tanya Jawab
5	11.30-12.30	60'	Break
6	12.30-13.30	60'	Materi ke-3 Penerapan Pemasaran Digital
7	13.30-14.00	30'	Ice Breaking
8	14.00-16.00	120'	Demontrasi pembuatan akun sosial media dan QRIS Tips dan Trik penggunaan sosial media untuk Penjualan
9	16.00-16.30	30'	Ramah Tamah
10	16.30-17.00	30'	Penutupan Penyerahan Plakat dan Foto-foto

Melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, terdapat beberapa solusi yang ditawarkan antara lain:

- Memberikan pemahaman literasi keuangan secara umum, mengetahui secara umum apa itu literasi keuangan di Indonesia dimulai dari sejarah terbentuknya sampai dengan saat ini.
- Memberikan literasi keuangan dari pengetahuan keuangan, keterampilan dalam mengelola keuangan, perilaku terhadap keuangan, dan sikap yang harus dimiliki terhadap uang.
- Melakukan praktik pembuatan akun FinTech serta akun media sosial, diharapkan pada tahapan ini para peserta pengabdian dapat memahami dan mengetahui membuat akun untuk meningkatkan kinerja usaha pada industri rumahan Serangkai Rasa
- Pemberdayaan dalam Penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), QRIS merupakan upaya standardisasi oleh Bank Indonesia untuk semua perusahaan yang memanfaatkan *Financial Technology* (FinTech) seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, dan lainnya.

Foto Produk dan Kegiatan



DISKUSI

Pertumbuhan ekonomi pun terus naik sepanjang tahun 2022 Ekonomi Indonesia triwulan III-2022 terhadap triwulan III-2021 mengalami pertumbuhan sebesar 5,72 persen (y-on-y). Serta tahun 2023 Indonesia tidak akan mengalami resesi seperti yang akan dialami negara US, China dan negara Eropa tetapi hanya koreksi pertumbuhan kemungkinan berada di bawah 5%, melihat tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik harus beriringan dengan literasi keuangan yang baik pula. Indeks

literasi dan inklusi keuangan wilayah perkotaan tahun 2022 sebesar 86,73%, untuk wilayah pedesaan sendiri sebesar 82,69%. Terdapat gap sebesar 2,10% antara pedesaan dan perkotaan, melihat hal tersebut maka perlu adanya perhatian khusus akan sosialisasi dan edukasi pada pedesaan agar strategi pelaksanaan edukasi keuangan yaitu meningkatkan kuantitas pelaksanaan edukasi keuangan di wilayah pedesaan tercapai. Terlebih sekarang kita sudah memasuki era *society 5.0* dimana semua transaksi sudah menggunakan teknologi. Meskipun perkembangan teknologi sangat pesat masih banyak para pelaku usaha yang belum paham mengenai penggunaan teknologi informasi (Sugiarto et al. 2022). Perlu perhatian khusus terlebih untuk para pelaku usaha *home industri* dalam memberikan edukasi literasi keuangan dan pengimplemantasiannya terlebih di era *society 5.0* ini, kita lihat saja pada usaha Serangkai rasa milik Bu Asri banyak permasalahan yang ada seperti kurangnya literasi dan pemahaman terkait keuangan dan pemasaran khususnya digital marketing pada industri rumahan Serangkai Rasa, belum adanya pemaksimalan penggunaan aplikasi keuangan dan media sosial untuk membantu meningkatkan pemasaran bagi industri rumahan Serangkai Rasa, serta pemanfaatan *Financial Technology* dan aplikasi digital marketing untuk membantu meningkatkan usaha Serangkai Rasa bagi dari segi Pembukuan hingga promosi yang dilakukan melalui media sosial yang ada. Dengan Pendampingan ini manfaat yang dirasa bagi para pelaku ekonomi penambahan pengetahuan tentang *financial knowledge* dan marketing serta membantu pemerintah perihal sosialisasi literasi dan inklusi keuangan untuk masyarakat umum, serta para peserta edukasi ini menjadi paham akan pemaksimalan pengoperasian platform dan sosial media yang ada untuk kebutuhan usaha melalui digital marketing sebagai strategi pemasaran yang digunakan untuk memperluas jaringan atau mempromosikan benda serta jasa kepada konsumen atau pelanggan dengan menggunakan berbagai macam saluran distribusi (Sugiarto et al. 2022). Dan terbukanya pemahaman masyarakat terhadap *Financial Technology* di era digitalisasi.

KESIMPULAN

Terlaksana sudah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Pelaku Usaha Serangkai Rasa, dari kegiatan ini ditarik kesimpulan pentingnya edukasi yang harus diberikan pada para pelaku usaha terlebih dalam bertahan di era dimana perubahan teknologi sangat cepat berkembang. Agar dapat bertahan dan mengupgarde diri para pelaku usaha harus mampu melakukan perubahan dan mau menerima edukasi perihal digitalisasi ini, selain itu pemahaman akan literasi keuangan juga sangat penting untuk pengimplementasian dalam pengoperasian usaha. Penggunaan teknologi dalam keuangan dan pemasaran usaha juga dibutuhkan dengan tujuan meningkatkan kinerja dan performa usaha yang sedang dijalankan agar mampu bertahan dan memiliki daya saing di era digitalisasi ini.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Pendampingan Edukasi Literasi Keuangan Dan Penerapan Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Industri Rumahan” yang di lakukan pada pemilik usaha Serangkai rasa sebagai industri rumahan yang dinaungi oleh UMKM Tambun maka Ketua pelaksana dan para anggota yang terlibat mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya pada Bu Asri Bandunsari yang telah menerima kami dan bersedia untuk menjadi mitra pengabdian kelompok kami. Selain itu menyediakan tempat untuk pendampingan yang berlokasi di wilayah Grand Wisata Citrus Garden CD6/11. Selain itu terimakasih pula kami ucapkan terima kasih pada pihak kampus Universitas Pelita Bangsa atas

support sehingga terlaksananya pengabdian ini, serta tak lupa pula kepada para civitas dan anggota kelompok yang terlibat didalamnya.

DAFTAR REFERENSI

- Hariroh, Fiqih Maria Rabiatal, Erin Soleha, and Army Cahya Putra Rustamaji. 2022. "PELATIHAN MANAJEMEN BISNIS DAN KEUANGAN DIGITAL BAGI PELAKU UMKM TAMBUN SELATAN." *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia* 1, no. 3: 1–7.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, and Agus Pebrianto. 2020. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2, no. 2: 119–30.
- Setyawan, Ignatius Roni, Indra Listyarti, and Handarbeni Setio Wicaksono. 2022. "PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL BAGI WANITA PELAKU UMKM DI TANGERANG." *PROSIDING SERINA* 2, no. 1: 911–20.
- Sugiarto, Herri, Ghina Balqis Dearelsa, Dewi Anisyah, and Fatwa Nur Askhab Islakhudin. 2022. "The Role of Mbkm in Improving Msme Performance through Financial Literacy and Digital Marketing in Ketanireng Village, Prigen District, Pasuruan Regency." *Procedia of Social Sciences and Humanities* 3: 1029–39.
- Susanto, Barkah, Akrim Hadiano, Fardan Nur Chariri, Miftachul Rochman, Muhammad Mirza Syaokani, and Aditya Ari Daniswara. 2021. "Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Community Empowerment* 6, no. 1: 42–47.
- Waharini, Faqiatul Mariya, Arifah Afyani, Fina Raudlotun Nafisah, Priyo Rahmanto, Rosa Safitri, and Hesa Amelia Pratiwi. 2022. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI LITERASI KEUANGAN PENERAPAN TEKNOLOGI DI KAMPUNG TRUNAN, KOTA MAGELANG." *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 2.