
Literasi Keuangan Digital Sebagai Upaya Pembekalan UMKM Kampung Binaan Go Digital

Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah, Universitas Negeri Surabaya, ladifisabilillah@unesa.ac.id

Tony Seno Aji, Universitas Negeri Surabaya, tonyseno@unesa.ac.id

Prayudi Setiawan Prabowo, Universitas Negeri Surabaya, prayudiprabowo@unesa.ac.id

Abstract

UMKM transformation continuous to be carried out as an effort to strengthen UMKM, namely through the use of digital technology. The rapid development of digital technology in Indonesia which fosters various digital platforms that offer innovation in production, consumption, collaboration and sharing provides opportunities for UMKM to adapt and transform. The formulation of this problem is how the UMKM of Pamekasan assisted villages are digitally literate so that they can take advantage of digital in their business processes. The conclusion of this activity is that UMKM can already use digital marketing, financial technology and payment innovation in their business. The disadvantage of this activity is that it takes a long process to see whether this program is achieved well or not, so UMKM still need further assistance and mentoring.

Keyword: digital financial literacy, UMKM, Go digital

Abstrak

Transformasi UMKM terus dilakukan sebagai upaya untuk penguatan UMKM yakni melalui penggunaan teknologi digital. Pesatnya perkembangan teknologi digital di Indonesia yang menumbuhkan berbagai platform digital yang menawarkan inovasi dalam kegiatan produksi, konsumsi kolaborasi dan berbagi memberikan peluang untuk UMKM agar beradaptasi serta bertransformasi. Perumusan masalah ini adalah bagaimana UMKM Kampung binaan Pamekasan melek digital sehingga dapat memanfaatkan digital dalam proses usahanya. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah UMKM sudah dapat menggunakan digital marketing, financial teknologi dan inovasi pembayaran pada usahanya. Kekurangan dari kegiatan ini adalah butuh proses yang lama untuk melihat apakah program ini tercapai dengan baik atau tidak, sehingga UMKM masih perlu pendampingan dan mentoring lebih lanjut

Keyword: Literasi keuangan digital, UMKM, Go digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Masa pandemi covid-19 memaksa masyarakat untuk menjaga jarak dan membatasi kegiatan untuk melakukan aktivitas dirumah meningkatkan peran teknologi di tengah masyarakat. Sekolah-sekolah menggunakan pembelajaran daring dengan memanfaatkan teknologi seperti google meet dan zoom. Masyarakat yang dulu tidak mengenal sama sekali aplikasi tersebut, kini sudah menjadi aktivitas yang sehari-hari dilakukan. Tak hanya sekolah, pelayanan masyarakat dan pemerintahan juga memanfaatkan teknologi untuk tetap dapat melayani masyarakat di tengah pandemi. Hal ini semakin mempermudah memperkenalkan teknologi digital kepada masyarakat yang mulanya karena terpaksa, namun kini masyarakat telah menerima perubahan tersebut.

Dalam perkembangannya teknologi digital sudah menjadi bagian penting dari industri jasa keuangan. Penawaran produk, transaksi dan pembukaan rekening kini telah menggunakan teknologi digital tanpa harus datang ke kantor. Begitu cepatnya perubahan teknologi yang digunakan oleh jasa keuangan di Indonesia, memaksa masyarakat harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menggunakan teknologi yang benar, tepat dan aman. Pengetahuan dan keterampilan tentang produk dan layanan jasa keuangan juga patut dimiliki agar mengetahui resiko, dan manfaat dari produk dan jasa keuangan tersebut.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks sebesar 38,03 persen . hal ini menunjukkan bahwa dari sebanyak 285 juta penduduk Indonesia, hanya 108 juta penduduk yang melek keuangan. Tetapi belum dapat dipastikan apakah 108 juta penduduk tersebut juga melek digital. Bagitupun sebaliknya, terdapat 171,7 juta orang yang telah menggunakan internet juga melek keuangan (Bank Indonesia, 2020). Oleh karena itu, kemampuan literasi keuangan dan kemampuan literasi digital menjadi modal penting masyarakat dalam menghadapi digitalisasi sektor jasa keuangan. Literasi keuangan merupakan penggabungan dari pengetahuan, keahlian dan sikap mengenai pengelolaan keuangan (Cohen & Candace Nelson, 2011)

Tingkat pemahaman masyarakat akan literasi keuangan dirasa sangat penting karena akan menjadikan bekal dalam setiap pengambilan keputusan keuangan yang nantinya akan dapat meningkatnya sumber daya keuangannya dan mendorong akses dalam sistem keuangan. Pengelolaan keuangan sangat menentukan tingkat kesejahteraan seseorang dan keluarga. Kesulitan keuangan keluarga disebabkan karena minimnya pengetahuan pengelolaan keuangan yang tidak memadai dan keluarga mereka secara fisik. Dewasa ini isu-isu tentang literasi keuangan sedang menjadi fokus berbagai negara untuk menentukan sebuah kebijakan, salah satu negara yang fokus dalam isu literasi keuangan adalah Indonesia (Herawati, 2017). Literasi keuangan merupakan salah satu aspek literasi dasar yang harus dimiliki oleh masyarakat di abad 21 saat ini. Pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola sumber daya secara efektif diperlukan di era modern dan serba digital agar masyarakat dapat membuat keputusan keuangan secara bijak sebagai bekal masa depan.

Peran literasi keuangan digital pada masa serba digital ini adalah sudah banyak Lembaga keuangan yang melakukan penjualan produk dan layanan jasa keuangan secara

digital. Lembaga keuangan dapat memperkecil biaya operasionalnya dan mempercepat layanan keuangan bagi nasabah tanpa harus bertatap muka langsung dengan nasabah. Masyarakat akan semakin dimudahkan karena untuk menjangkau layanan keuangan di Lembaga keuangan tidak lagi antri dan dapat diakses dimana saja. Masyarakat yang melek literasi keuangan akan dipermudah dengan adanya platform digital seperti fintech dan e-commerce. Masyarakat yang ingin memasarkan produk UMKM nya dapat memanfaatkan e-commerce dan akses financial technology (Fintech) untuk mendapatkan modal usaha. Dalam jangka Panjang penggunaan uang tunai akan semakin dikurangi, maka dengan melek literasi keuangan akan mempermudah msyarakat mengikuti perkembangan yang ada. Teknologi digital yang semakin berkembang saat ini membuat pentingnya mendidik nasabah agar menyadari produk yang inovatif secara proporsional. Selain itu penting juga menggunakan alat literasi keuangan digital baru untuk membantu keuangan nasabah (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Begitu pentingnya peran literasi keuangan khususnya literasi keuangan digital saat ini memaksa pemerintah dan otoritas terkait untuk melakukan edukasi dan literasi kepada masyarakat. Tingkat literasi keuangan digital Indonesia saat ini baru mencapai 35%. Jumlah masyarakat yang pernah menggunakan layanan digital di Indonesia hanya sebesar 31,26%. Pada 2019, indeks inklusi keuangan Indonesia mencapai 76%, namun masih lebih rendah dibandingkan Singapura sebesar 86%, Malaysia 85% dan Thailand 82% (Herdinata & Pranatasari, 2019). Hal ini merupakan pekerjaan rumah kita bersama agar Indonesia mulai meningkatkan literasi keuangan digital agar tidak tertinggal oleh perubahan zaman dan memanfaatkan teknologi keuangan digital untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat yang *unbankable* sehingga dapat mengakses pembiayaan modal untuk meningkatkan usahanya dan pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian masyarakat.

Peran strategis UMKM dalam perekonomian domestik terlihat pada jumlah unit usaha yang banyak, penyerapan tenaga kerja yang cukup tinggi, dan kontribusi yang besar terhadap PDB. UMKM dinilai memiliki ketahanan yang cukup tinggi dalam menghadapi berbagai krisis juga krisis kesehatan covid-19 yang masih melanda Indonesia. Transformasi UMKM terus dilakukan sebagai upaya untuk penguatan UMKM yakni melalui penggunaan teknologi digital sehingga manfaat penggunaan teknologi digital untuk kegiatan sehari-hari. Pesatnya perkembangan teknologi digital di Indonesia yang menumbuhkan berbagai platform digital yang menawarkan inovasi dalam kegiatan produksi, konsumsi kolaborasi dan berbagi memberikan peluang untuk UMKM agar beradaptasi serta bertransformasi. Oleh karena itu, pemanfaatan platform digital dapat mendorong UMKM yang lebih kuat melalui peningkatan kapasitas yang lebih produktif, inovatif dan memperluas akses UMKM pada marketplace, industri dan Lembaga keuangan (Bank Indonesia, 2020).

Pendirian kampung binaan Desa Barurambat Timur Pamekasan didasari atas kesadaran akan pentingnya *survive* di masa pandemi covid-19 dimana Pemuda desa Barurambat Timur saat itu banyak yang mengalami pemutusan hubungan kerja. Hal yang dilakukan untuk memberdayakan pemuda tersebut adalah membuat usaha yang mudah untuk dikerjakan dan membutuhkan modal kecil yaitu beternak lele untuk kemudian dijual di pasaran, mengingat saat itu permintaan lele di Pamekasan Madura masih cukup tinggi. Selain usaha ternak lele, yang terbaru usaha yang didirikan oleh pemuda binaan adalah café yang juga berlokasi di Pamekasan. Pendirian usaha baru pasti memiliki

permasalahan. Permasalahan yang dihadapi oleh pemuda kampung binaan adalah modal yang kecil dan pemasaran yang masih sangat terbatas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pertwi, 2014) permasalahan yang cukup menghambat dalam bisnis UMKM diantaranya keterbatasan modal, teknologi, pemasaran, keterbatasan akses melihat peluang pasar dan sumber daya manusia yang memiliki soft skill yang rendah.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kampung binaan di desa Barurambat Timur Pamekasan dapat diatasi dengan pemanfaatan teknologi digital yang sekarang ini sedang menjadi tren di Indonesia. *Financial technology* (Fintech) dapat membantu UMKM di area keuangan seperti pendanaan, transaksi non tunai, pembayaran dan lainnya. Bentuk dasar fintech antara lain pembayaran (*digital wallets, P2P Payments*), investasi (*equity crowdfunding, peer to peer lending*), pembiayaan (*crowdfunding, microloans, credit facilities*), asuransi (*risk management*) dan lintas proses (*big data analysis, predictive modeling*) (Wijoyo & Bakrie, 2020)

Mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra kampung binaan Desa Barurambat timur Pamekasan adalah memberikan literasi tentang keuangan digital yang bisa diakses untuk membantu memasarkan produk yang telah dihasilkan dengan menggunakan platform digital sehingga akses pemasaran jauh lebih luas. Memperkenalkan platform pembiayaan digital berbasis *peer to peer lending* untuk mengajukan modal usaha, mengingat UMKM kampung binaan belum memiliki aset yang cukup sehingga kesulitan mengakses pembiayaan melalui perbankan. Menuju upaya digitalisasi UMKM dalam hal pembayaran, kami juga memperkenalkan berbagai platform pembayaran non tunai seperti shopeepay, gopay, ovo dan sebagainya untuk memberikan alternative pembayaran bagi konsumen yang sudah terbiasa melakukan pembayaran non tunai untuk bertransaksi.

METODE KEGIATAN

Peserta yang terlibat dan menjadi sasaran utama dalam kegiatan ini adalah para pengurus UMKM kampung binaan Desa Barurambat Timur Pamekasan sebanyak 10 orang. Kami masih membatasi peserta dikarenakan harus menjaga kapasitas tempat yang tidak terlalu luas. Kegiatan berlangsung di café Kolonial yang beralamatkan di Jl.KH. Agus Salim No.153 Rw.08 Kolpajung Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan Jawa Timur.

Narasumber dalam kegiatan ini adalah :

1. Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah, S.Pd., M.SE
2. Dr. Tony Seno Aji, S.E., M.E
3. Prayudi Setiawan Prabowo, S.E., M.E

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah dan metode demonstrasi dengan menggunakan video tutorial bagaimana cara mendaftarkan produk di shopee, mengajukan pendanaan di *peer to peer lending* dan memanfaatkan platform pembayaran digital.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Literasi Keuangan Digital

No.	Tahap	Kegiatan	Metode	Partisipasi Mitra
1	Pra-Pelaksanaan	Berkoordinasi Dengan Mitra	Focus Group Discussion	Sebagai Informan Dalam Penemuan Masalah dan Solusi
2	Persiapan	Penyusunan Materi Literasi Keuangan Digital	Focus Group Discussion (Tim PKM)	Sebagai Informan Dalam Menyusun Materi
3	Pelaksanaan	Literasi Keuangan Digital	Presentasi dan FGD	Peserta Dalam Kegiatan Literasi
4	Monitoring dan Evaluasi	Evaluasi Kegiatan Evaluasi Hasil Literasi Keuangan Digital	Survei	Melaporkan Hasil Kegiatan dan Hasil Literasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal yaitu pukul 09.00-12.00 dan berjalan sesuai dengan rencana. Selain memberikan literasi tentang keuangan digital, kami juga mendengarkan keluhan-keluhan yang dirasakan oleh pelaku UMKM dan kami memberikan solusi atas keluhan tersebut. Misalnya adalah keluhan tentang bagaimana mendesain produk yang menarik untuk ditampilkan di platform digital agar para konsumen tertarik untuk membeli. Tak lupa sebagai mitra binaan Prodi Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis, kami juga memberikan modal tambahan bagi para UMKM agar dapat memperluas usaha dan bermanfaat bagi keberlangsungan usaha UMKM.

Pelaksanaan literasi ini dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat yang terdiri dari 1 ketua dan 2 anggota dengan pokok bahasan :

1. Pengenalan digital marketing
Pengenalan digital marketing ini dilakukan dengan metode ceramah serta memberikan pemahaman kepada peserta akan pentingnya sistem pemasaran baru yang memanfaatkan digital. Media digital yang bisa digunakan adalah melalui youtube bisnis, whatsapp bisnis, Instagram bisnis dan memasarkan produk ke platform digital seperti shopee. Tidak hanya mengenalkan media yang digunakan, kami juga memberikan arahan terkait dengan bagaimana mengemas produk agar lebih menarik ketika dipasarkan. Memberikan tips membuat foto produk yang efektif dan membuat video iklan yang efektif sekaligus kami peragakan bagaimana cara membuat foto dan video yang menarik.
2. Pengenalan *financial technology*

Pengenalan *financial technology* dilakukan dengan metode ceramah dengan memberikan video tutorial bagaimana para UMKM dapat menjangkau platform *financial technology* yang ada. Jenis- jenis fintech yang dikenalkan adalah *peer to*

peer lending dan layanan sistem pembayaran secara online melalui dompet elektronik atau uang digital seperti ovo, shopeepay dan gopay. Pengenalan *financial technology* ini diharapkan dapat membantu para UMKM untuk dapat mengakses modal dengan menggunakan skema *peer to peer lending* dan memberikan branding kekinian bagi usaha mereka melalui penggunaan *payment digital*.

3. Pengenalan inovasi pembayaran digital

Pengenalan inovasi pembayaran digital akan membuka pengetahuan pelaku UMKM bahwa di zaman yang serba digital ini mereka dapat memanfaatkan pembayaran digital tersebut untuk memberikan branding kepada produk dan store nya. Melalui pembayaran digital mereka dapat memberikan alternative kepada konsumen yang terbiasa menggunakan dompet digital.

Kami tim pengabdian kepada masyarakat melakukan evaluasi pada kegiatan yang telah kita lakukan untuk memastikan keberhasilan literasi digital yang kami lakukan. Kami menyebarkan gform untuk diisi oleh peserta dan memberikan beberapa pertanyaan terkait bagaimana metode penyampaian yang digunakan serta apakah peserta sudah memahami materi yang telah disampaikan. 90% peserta menyatakan bahwa memahami materi yang telah disampaikan dan akan segera melakukan tips-tips yang sudah disampaikan pada pemasaran produk mereka. 10% peserta sisanya menyampaikan bahwa masih bingung dan butuh pendampingan lagi untuk memasarkan produk melalui platform digital dan mendaftarkan store mereka untuk menggunakan pembayaran digital.

Monitoring juga akan terus kami lakukan mengingat UMKM Kampung binaan ini adalah merupakan binaan kami Prodi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya sehingga kami akan memastikan apa yang sudah kami sampaikan tercapai dengan baik. Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberdayakan UMKM kampung binaan menjadi UMKM yang go digital akan terus kami pantau dan kami dampingi

Foto kegiatan PKM



Gambar 1 Penyampaian Materi



Gambar 2 Kegiatan Post-test



Gambar 3 Penyerahan Hasil Post-test

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan literasi keuangan digital berjalan dengan lancar dan tetap mematuhi protokol kesehatan. Kegiatan PKM ini memberikan literasi keuangan digital sebagai upaya pembekalan UMKM kampung binaan di desa Barurambat Timur Pamekasan. Harapan dari adanya kegiatan ini adalah UMKM yang menjadi binaan Prodi Ekonomi dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka seperti memanfaatkan digital marketing, pengajuan modal melalui *financial technology* dan memberikan alternative kepada konsumen dengan menggunakan pembayaran digital sehingga UMKM dapat meleak teknologi kekinian. faktor pendukung dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah kesediaan para pelaku UMKM untuk belajar sehingga mudah bagi kami memberikan pemahaman dan arahan. Faktor penghambat adalah dikarenakan keterercapeaian hasil atau tujuan akhir dari kegiatan literasi keuangan digital ini membutuhkan waktu yang lama maka hasil tidak bisa diukur dengan instan.

Pemberdayaan UMKM tidak hanya dilakukan dengan mempersiapkan mereka untuk

melek digital, namun juga dapat memberikan pelatihan-pelatihan lain seperti misalnya memberikan pelatihan sumber daya manusia pelaku UMKM. Sehingga kedepan, pelaku UMKM Kampung binaan Desa Barurambat Timur Pamekasan membutuhkan pelatihan tersebut untuk mensupport program pengabdian kepada msyarakat ini yang memberikan literasi keuangan digital, sehingga skill dari pelaku UMKM dapat terasah dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2020). Laporan Perekonomian Indonesia 2020. In Bank Indonesia (Ed.), *IV* (1st ed., pp. 110–125). Bank Indonesia.
- Cohen, M., & Candace Nelson. (2011). Financial Literacy : A Step for Clients towards Financial Inclusion. *Global Microcredit Summit*, 1–34.
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76.
- Herawati, N. T. (2017). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Seminar Nasional Riset Inovatif*, 131–137.
- Herdinata, C., & Pranatasari, F. D. (2019). *Panduan Penerapan Financial Technology Melalui Regulasi, Kolaborasi, dan Literasi Keuangan Pada UMKM* (1st ed.). leutika.
- Pertiwi, U. M. (2014). *Penerapan Financial Technology dan Peningkatan literasi keuangan Untuk Strategi Penguatan Bisnis UMKM di Kalimantan Barat*. 365–376.
- Wijoyo, H., & Bakrie, W. (2020). DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA. *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan I, November*, 9–13.