

Peningkatan Literasi Keuangan Dalam Mendukung Promosi Produk sebagai Upaya Penguatan UMKM BTPN Syariah Cabang Wiyung

Reza Nasih Prihananto^{1*}, Dhani Ichsanuddin Nur²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

*email corresponding author: 23012010481@student.upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Financial literacy and product promotion are crucial for enhancing the competitiveness and sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, many MSME entrepreneurs still struggle to prepare simple financial reports or effectively utilize promotional media. A community service initiative conducted through BTPN Syariah—specifically in Wiyung, Surabaya—aimed to help small and medium-sized business clients understand how to manage their business finances and employ effective product marketing strategies. The methods employed included presentations, discussions, direct guidance for clients, and hands-on practice in maintaining simple financial records and designing promotional materials such as posters and banners. Additionally, clients were educated on the benefits of separating personal and business funds, systematically tracking expenses, and leveraging various advertising channels to increase business visibility. The results indicate that MSME owners have gained an awareness of the importance of financial literacy, are now capable of maintaining simple financial records, and possess promotional materials to help market their products. This activity also provided students with an opportunity to apply the knowledge gained on campus while gaining insight into BTPN Syariah's role in supporting and fostering MSME development. Consequently, the initiative has helped improve MSME clients' financial management and product marketing capabilities, thereby supporting the sustainable growth of their businesses.

Keywords: Financial literacy; MSMEs; product marketing; mentoring; BTPN Syariah.

PENDAHULUAN

Literasi keuangan sendiri merupakan kemampuan seseorang untuk memahami, mengelola, dan membuat keputusan yang tepat mengenai berbagai hal terkait keuangan. Literasi keuangan yang baik membantu pengusaha UMKM mengatur uang dengan lebih baik, sehingga meningkatkan hasil kerja dan kemampuan usaha untuk bertahan lama. Di sisi lain, kemampuan beriklan yang baik juga sangat penting untuk membantu meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, untuk memperkuat UMKM, perlu dilakukan tidak hanya dengan meningkatkan pemahaman tentang keuangan, tetapi juga dengan memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran yang mudah dan bisa berdampak baik. (Lusardi & Mitchell, 2014; Aribawa, 2016; Rahayu & Musdholifah, 2017)

Sebagai pihak bank syariah yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat yang ekonominya belum stabil, BTPN Syariah tidak hanya memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah, tetapi juga memberikan bimbingan dan pemahaman guna meningkatkan

kemampuan usaha nasabah. Salah satu cara pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan mengadakan program peningkatan pemahaman tentang keuangan dan bimbingan dalam membangun usaha, termasuk memberikan pelajaran mengenai kepentingan mempromosikan produk melalui media pemasaran seperti banner. Dengan bantuan pendampingan tersebut, para pelanggan diharapkan dapat mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih baik dan sekaligus meningkatkan penjualan produk yang mereka miliki.

Di Program magang di BTPN Syariah Cabang Wiyung Surabaya memberikan kesempatan kepada penulis untuk turut serta langsung dalam proses bimbingan dan pembelajaran kepada para nasabah UMKM. Selama masa kegiatan berlangsung, penulis tidak hanya membantu memberikan penjelasan tentang cara mengelola keuangan usaha, tetapi juga terlibat dalam membuat dan memasang banner promosi sebagai alat pemasaran produk dari nasabah. Kegiatan tersebut bertujuan untuk membantu meningkatkan kemampuan usaha nasabah serta memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa tentang bagaimana membangun dan mengembangkan usaha kecil menengah di lapangan.

Dalam pelaksanaan program ini, penulis mengedukasi mengenai nilai penting dari pencatatan keuangan yang sederhana, manajemen modal usaha, perencanaan finansial, serta pemisahan antara keuangan individu dan usaha. Selain itu, mahasiswa turut membantu memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang seharusnya bisa diterapkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk penggunaan spanduk sebagai alat promosi yang efisien, terjangkau, dan mudah. Pendampingan dilakukan secara langsung, sehingga nasabah dapat mendalami materi yang disampaikan dan mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha harian. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2018; Hery, 2015; Rudianto, 2012; Kotler & Keller, 2016)

Melalui program yang dilakukan oleh fasilitator sendiri diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan serta pemasaran ini, kepada nasabah BTPN Syariah demi bisa meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola bisnis secara mandiri. Dengan pengelolaan finansial yang teratur dan strategi pemasaran yang sesuai, diharapkan usaha yang dijalankan dapat berkembang, meningkatkan pendapatan keluarga, serta menciptakan kemandirian ekonomi yang berkelanjutan. Selain memberikan keuntungan bagi nasabah, program ini juga memberikan kesempatan berharga bagi mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, mendampingi masyarakat, dan menerapkan pengetahuan mereka secara langsung di dunia usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). (Bank Indonesia, 2021; Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

METODE

Kegiatan pemberdayaan UMKM ini dilaksanakan di Kecamatan Wiyung, Kota Surabaya pada bulan maret – juli 2026 dengan menggunakan pendekatan partisipatif melalui

metode pelatihan dan pendampingan. Sasaran kegiatan pendampingan kali ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang masih belum memiliki keahlian dalam pencatatan sistem keuangan dan pemasaran produk UMKM

Metode pelaksanaan kegiatan diawali pertemuan pertama dengan observasi dan identifikasi masalah melalui kunjungan lapangan dan wawancara sederhana kepada para pelaku UMKM. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha, tingkat pemahaman mitra nasabah terkait perkembangan usaha, serta kendala yang dihadapi dalam perkembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi tersebut, didapati hasil yang menunjukkan perlunya pengajaran materi mengenai laporan keuangan, manfaat memahami laporan keuangan demi kemajuan usaha serta memahami bagaimana pemasaran produk demi meningkatkan pendapatan UKM seperti membuat desain banner, spanduk bagi pelaku UMKM. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2018; Rudianto, 2012)

Pertemuan kedua pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pemberian edukasi mengenai bagaimana pentingnya pelatihan laporan keuangan melalui pencatatan seperti berapa laba bersih, laba kotor usaha nasabah dan yang kedua yaitu memasarkan produk nasabah melalui banner dan spanduk dengan membangun pemahaman awal mengenai konsep perkembangan usaha nasabah. Pendampingan diberikan demi membangun pemahaman awal mengenai konsep laporan keuangan, dan membangun branding lewat gambar, banner dan spanduk (Hery, 2015; Kasmir, 2019; Kotler & Keller, 2016)

Pertemuan ketiga, pendampingan difokuskan pada pemaparan materi dimulai dari pembuatan nama nama akun penjualan, pembelian, membuat desain dan benner kepada para nasabah. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dan individual untuk memastikan setiap nasabah mampu mengikuti seluruh tahapan pendaftaran serta mengatasi kendala teknis yang muncul selama proses berlangsung.

Selanjutnya, penulis membantu nasabah dalam membuat desain media promosi seperti poster dan banner sebagai cara untuk meningkatkan daya tarik usaha mereka. Proses pendampingan mencakup pemilihan nama usaha, pembuatan slogan, penentuan kombinasi warna, penempatan logo, serta penyajian informasi produk yang menarik dan mudah dimengerti oleh para pelanggan. Media iklan tersebut disesuaikan dengan ciri khas dari setiap bisnis agar lebih baik dalam menarik perhatian orang yang ingin menjadi pelanggan. (Kotler & Keller, 2016)

Dengan bantuan pendampingan ini, diharapkan para nasabah bisa membuat akun penjualan dan pembelian dengan mudah, serta dapat menggunakan media promosi yang menarik untuk meningkatkan cakupan pemasaran. Oleh karena itu, pengelolaan bisnis menjadi lebih rapi, proses pencatatan uang lebih gampang dilakukan, dan kemampuan kompetisi UMKM bisa meningkat. (Kotler & Keller, 2016; Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022)

Pertemuan keempat evaluasi dilakukan setelah kegiatan pendampingan selesai melalui observasi dan tanya jawab kepada peserta. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap materi yang telah disampaikan serta kemampuan nasabah dalam memahami literasi keuangan dan belajar membuat desain benner dan spanduk Keberhasilan kegiatan ditunjukkan dengan pemahaman pelaku UMKM yang meningkat mengenai pentingnya pemahaman tentang literasi keuangan dan pemasaran produk serta bertambahnya jumlah pelaku UMKM yang berhasil mengikuti kegiatan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Literasi Keuangan dalam Kegiatan Pemberdayaan dan Pendampingan UMKM

Kegiatan membaca dan memahami keuangan dan pemasaran produk sendiri merupakan salah satu metode pemberdayaan yang disediakan untuk pelaku UMKM sepanjang program magang di BTPN Syariah KCP Wiyung. Proses literasi keuangan ini dilaksanakan secara bertahap dengan cara pendampingan langsung, sehingga penulis dapat mengenali keadaan usaha setiap nasabah sekaligus memberikan bimbingan yang tepat sesuai kebutuhan mereka. Seluruh proses dijalankan secara terstruktur agar pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan wawasan tentang pengelolaan keuangan tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam aktivitas usaha sehari-hari. (Lusardi & Mitchell, 2014; Bank Indonesia, 2021)

Tahapan pertama dimulai dengan pengamatan dan penentuan keadaan usaha. Pada fase ini, kegiatan awal sendiri yaitu melakukan kunjungan langsung ke tempat usaha nasabah untuk memahami jenis usaha yang sedang dijalankan, bagaimana kondisi operasional, sistem pencatatan keuangan yang sudah diterapkan, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Selain melakukan pengamatan, penulis juga berdiskusi dengan pelaku UMKM mengenai kemajuan usaha, sumber pembiayaan, proses penjualan, serta cara mereka mengatur pemasukan dan pengeluaran usaha. Dari hasil pengamatan, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pencatatan keuangan yang teratur, sehingga mereka kesulitan mengetahui kondisi keuangan usaha mereka secara akurat. Fase pengamatan ini menjadi landasan dalam menentukan materi literasi keuangan yang akan disampaikan selama proses pembelajaran

Pada pertemuan kedua, yaitu kegiatan pendampingan difokuskan pada penyusunan akun-akun dasar sebagai langkah awal dalam pembuatan laporan keuangan sederhana. Para UMKM diberikan pendampingan dalam membuat akun kas masuk untuk mencatat seluruh penerimaan usaha dan akun kas keluar untuk mencatat seluruh pengeluaran yang berkaitan dengan operasional usaha. Selain itu, dibuat pula beberapa akun pendukung seperti akun

penjualan, pembelian, modal, serta beban operasional sesuai dengan kebutuhan masing-masing usaha. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2018; Rudianto, 2012)

Setelah melakukan penyusunan akun selesai, kegiatan dilanjutkan dengan praktik pencatatan transaksi berdasarkan aktivitas usaha yang telah dilakukan. Data transaksi yang telah dicatat kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan laporan keuangan sederhana, seperti laporan kas dan laporan laba rugi. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat memahami alur pencatatan keuangan mulai dari pengelompokan transaksi hingga penyusunan laporan keuangan yang dapat digunakan untuk mengetahui kondisi dan perkembangan usahanya. (Hery, 2015; Rudianto, 2012)

Tahap terakhir evaluasi kegiatan yaitu kegiatan yang melibatkan pembuatan laporan keuangan yang sederhana berdasar pada akun dan transaksi yang sebelumnya sudah dicatat. Semua informasi dalam akun kas masuk, kas keluar, penjualan, pembelian, serta akun lainnya disusun ulang untuk menghasilkan laporan keuangan yang mencerminkan keadaan usaha selama satu periode. Dengan melakukan langkah ini, para pelaku UMKM dapat memahami total pendapatan, total pengeluaran, serta keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari aktivitas bisnis mereka. Selain itu, evaluasi terhadap hasil pencatatan juga dilakukan untuk memastikan setiap transaksi telah dikelompokkan ke dalam akun yang tepat, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan menjadi lebih terstruktur, tepat, dan mudah dipahami sebagai landasan untuk pengambilan keputusan bisnis (Ikatan Akuntan Indonesia, 2018; Kasmir, 2019)

Tahapan pendampingan

Kegiatan Pemberdayaan dan Pendampingan ini dilaksanakan melalui empat kali pertemuan dengan pelaku UMKM yang menjadi mitra pendampingan di kecamatan Wiyung Kota Surabaya. Setiap pertemuan penulis mengunjungi pelaku UMKM di tempat usahanya pada waktu yang telah disepakati. Kegiatan pemberdayaan dan pendampingan ini dilaksanakan melalui empat kali pertemuan dengan pelaku UMKM yang menjadi mitra pendampingan di Kecamatan Wiyung, Kota Surabaya. Pada setiap pertemuan, penulis mengunjungi pelaku UMKM di tempat usahanya pada waktu yang telah disepakati bersama. Pendekatan ini dilakukan agar proses pendampingan dapat berlangsung secara efektif, interaktif, dan disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan masing-masing pelaku usaha.

Setiap pertemuan memiliki fokus kegiatan yang berbeda, namun saling berkaitan dalam upaya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Pertemuan pertama difokuskan pada pengenalan program pendampingan, identifikasi kebutuhan usaha, serta penyampaian materi mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang baik. Pertemuan kedua berisi pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana yang meliputi pencatatan transaksi, pengelompokan pemasukan dan pengeluaran, serta perhitungan laba usaha. Pada pertemuan ketiga, penulis memberikan pendampingan dalam pembuatan nama-nama akun

penjualan dan pembelian, serta membantu pelaku UMKM merancang media promosi berupa poster dan banner sebagai upaya meningkatkan daya tarik pemasaran. Selanjutnya, pada pertemuan keempat dilakukan pendampingan mengenai branding usaha, penggunaan aplikasi manajemen terpadu, serta evaluasi terhadap seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan.

Melalui rangkaian kegiatan tersebut, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usahanya, baik dari aspek administrasi keuangan, pemasaran, maupun pengembangan identitas usaha. Pendampingan yang dilakukan secara langsung juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk membantu menyelesaikan berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga materi yang diberikan dapat diterapkan secara optimal dalam kegiatan usaha sehari-hari. (Aribawa, 2016; Rahayu & Musdholifah, 2017)

Metode pelaksanaan kegiatan diawali pertemuan pertama dengan observasi dan identifikasi masalah melalui kunjungan lapangan dan wawancara sederhana kepada para pelaku UMKM. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha, tingkat pemahaman mitra nasabah terkait perkembangan usaha, serta kendala yang dihadapi dalam perkembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi tersebut, didapati hasil yang menunjukkan perlunya pengajaran materi mengenai laporan keuangan, manfaat memahami laporan keuangan demi kemajuan usaha serta memahami bagaimana pemasaran produk demi meningkatkan pendapatan UKM seperti membuat desain banner, spanduk bagi pelaku UMKM

Pertemuan kedua pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pemberian edukasi mengenai bagaimana pentingnya pelatihan laporan keuangan melalui pencatatan seperti berapa laba bersih, laba kotor usaha nasabah dan yang kedua yaitu memasarkan produk nasabah melalui banner dan spanduk dengan membangun pemahaman awal mengenai konsep perkembangan usaha nasabah. Pendampingan diberikan demi membangun pemahaman awal mengenai konsep laporan keuangan, dan membangun branding lewat gambar, banner dan spanduk.

Pertemuan ketiga, pendampingan difokuskan pada pemaparan materi dimulai dari pembuatan nama akun penjualan, pembelian, membuat desain dan benner kepada para nasabah. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dan individual untuk memastikan setiap nasabah mampu mengikuti seluruh tahapan pendaftaran serta mengatasi kendala teknis yang muncul selama proses berlangsung.

Selanjutnya, penulis membantu nasabah dalam membuat desain media promosi seperti poster dan banner sebagai cara untuk meningkatkan daya tarik usaha mereka. Proses pendampingan mencakup pemilihan nama usaha, pembuatan slogan, penentuan kombinasi warna, penempatan logo, serta penyajian informasi produk yang menarik dan mudah

dimengerti oleh para pelanggan. Media iklan tersebut disesuaikan dengan ciri khas dari setiap bisnis agar lebih baik dalam menarik perhatian orang yang ingin menjadi pelanggan.

Dengan bantuan pendampingan ini, diharapkan para nasabah bisa membuat akun penjualan dan pembelian dengan mudah, serta dapat menggunakan media promosi yang menarik untuk meningkatkan cakupan pemasaran. Oleh karena itu, pengelolaan bisnis menjadi lebih rapi, proses pencatatan uang lebih gampang dilakukan, dan kemampuan kompetisi UMKM bisa meningkat.

Pertemuan keempat evaluasi dilakukan setelah kegiatan pendampingan selesai melalui observasi dan tanya jawab kepada peserta. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap materi yang telah disampaikan serta kemampuan nasabah dalam memahami literasi keuangan dan belajar membuat desain benner dan spanduk. Keberhasilan kegiatan ditunjukkan dengan pemahaman pelaku UMKM yang meningkat mengenai pentingnya pemahaman tentang literasi keuangan dan pemasaran produk serta bertambahnya jumlah pelaku UMKM yang berhasil mengikuti kegiatan pendampingan.



Gambar 1



Gambar2

KESIMPULAN

Melalui semua kegiatan pendampingan yang dilakukan, terlihat bahwa pelaku UMKM telah lebih memahami dan mampu dalam dua hal penting, yaitu mengelola keuangan secara sederhana dan memasarkan produk mereka. Dalam segi keuangan, para pelaku UMKM sudah bisa mencatat transaksi usaha dengan lebih rapi, seperti pemasukan, pengeluaran, dan perhitungan untung usaha. Sementara itu, dalam hal pemasaran, penggunaan banner dan poster sebagai media promosi terbukti membantu meningkatkan daya tarik usaha serta memperluas cakupan promosi kepada masyarakat. Para pelaku UMKM juga memahami dengan baik pentingnya menggunakan media promosi untuk membantu meningkatkan penjualan mereka. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini membantu

meningkatkan kemampuan dasar para pelaku UMKM, sehingga usaha mereka bisa dikelola dengan lebih terarah, efektif, dan punya potensi berkembang lebih baik di masa depan. (Aribawa, 2016; Rahayu & Musdholifah, 2017; Kotler & Keller, 2016)

DAFTAR PUSTAKA

- Aribawa, Dwitya. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 20 No. 1. Hal. 1–13.
- Bank Indonesia. 2021. Literasi Keuangan untuk UMKM. Jakarta: Bank Indonesia.
- Fatoki, Olawale. 2014. The Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in South Africa. *Journal of Social Sciences*. Vol. 40 No. 2. Hal. 151–158.
- Hery. 2015. Pengantar Akuntansi. Jakarta: PT Grasindo.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2018. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2022. Pedoman Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management. 15th Edition. Pearson Education Limited.
- Lusardi, Annamaria & Olivia S. Mitchell. 2014. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*. Vol. 52 No. 1. Hal. 5–44.
- Mulyadi. 2016. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Bandung: Alfabeta.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025. Jakarta: OJK.
- Rahayu, Sri & Musdholifah. 2017. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 5 No. 3. Hal. 1–10.
- Rudianto. 2012. Pengantar Akuntansi: Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan. Jakarta: Erlangga.
- Susanti, Susanti., Ismunawan., Pardi., & Ardyana, Elia. 2018. Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM. *Jurnal Telaah Bisnis*. Vol. 18 No. 1. Hal. 45–56.