
TREND FINANCIAL TECHNOLOGY DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA BARU PENGEMBANGAN UMKM

Alfiatul Maulida¹
Lusia Tria Hatmanti Hutami²
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa^{1,2}
alfiatulmaulida@ustjogja.ac.id¹
trialusia@ustjogja.ac.id²

History Artikel

Received: 05-09-2021; *Revised:* 19-09-2021; *Accepted:* 02-11-2021; *Published:* 03-11-2021

ABSTRAK

Program Pengembangan Kewirausahaan di tujukan bagi mahasiswa yang berminat dan sedang merintis usaha, akan tetapi pelaku ataupun calon pelaku UMKM tersebut masih bingung bahkan kurang dalam literasi dan skill. Sehingga, banyak dari pelaku UMKM ataupun calon pelaku UMKM tersebut bingung bahkan putus asa untuk memperoleh modal besar, manajemen yang simple tapi terarah dengan memanfaatkan *trend financial technology* dan strategi marketing yang harus digunakan agar usaha mereka berkembang. Adanya kegiatan PPK ini, diharapkan dapat meningkatkan Literasi dan *skill* kewirausahaan melalui ceramah dan pelatihan *Trend Financial Technology* dan *Digital Marketing* Sebagai Sarana Baru Pengembangan UMKM dengan memanfaatkan media *Zoom Meeting* dan *Youtube*. Sehingga akan menghasilkan Pelaku UMKM baru yang kompetitif.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Financial Technology, Trend*

ABSTRACT

The Entrepreneurship Development Program is intended for students who are interested and are starting a business, but the perpetrators or prospective MSME actors are still confused and even lacking in literacy and skills. So, many of the MSME actors or prospective MSME actors are confused and even desperate to get large capital, simple but focused management by utilizing financial technology trends and marketing strategies that must be used so that their business develops. With this PPK activity, it is hoped that it can improve literacy and entrepreneurship skills through lectures and training on Trend Financial Technology and Digital Marketing as a New Means of Developing MSMEs by utilizing Zoom Meeting and Youtube media. So that it will produce competitive new MSME actors.

Keywords: *Digital Marketing, Financial Technology, Trend*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi secara global mengalami penurunan akibat dampak dari Pandemi COVID-19 ini. Di Indonesia sendiri, sebagian besar industri merasakan dampaknya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021) kontraksi pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar -2,07% (*c-to-c*) tidak jauh berbeda dari negara-negara

mitra dagang Indoensia. Jika dirinci maka industri yang mengalami kontraksi antara lain, yaitu industri: Pengolahan (-2,93%); Perdagangan (-3,72%); Konstruksi (-3,26%); Pertambangan dan Penggalian (-1,95%); Transportasi dan Pergudangan (-15,04%); Administrasi Pemerintahan (-0,03%); Akomodasi & Makan Minum (-10,22%); Jasa Lainnya (-4,10%), Jasa

Perusahaan (-5,44%); Pengadaan Listrik & Gas (-2,34%).

Sektor UMKM di Indonesia juga merasakan dampak penurunan yang signifikan. Pandemi ini menyebabkan banyak UMKM kesulitan melunasi pinjaman serta membayar tagihan listrik, gas, dan gaji karyawan, bahkan beberapa di antaranya terpaksa sampai harus melakukan PHK (Bahtiar, 2021). Sebagai langkah strategis untuk membantu UMKM, pemerintah telah memberikan sejumlah bantuan selama pandemi ini berlangsung berupa subsidi bunga maupun bantuan langsung tunai. Namun, tentu masih terdapat beberapa tantangan di era pandemi ini yang harus dapat diatasi UMKM secara mandiri. Contoh yang paling dirasakan nyata adalah strategi persaingan usaha yang efektif dan efisien serta penggunaan teknologi atau digitalisasi yang mau tidak mau harus dapat diaplikasikan dalam bisnis mereka.

Persaingan usaha saat ini sangatlah kompetitif terlebih lagi bagi generasi muda yang tertarik berbisnis. Banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan hingga penutupan usaha terutama bagi UMKM yang masih belum lama berdiri. Apalagi status pandemi Covid-19 yang diberikan oleh WHO membuat seluruh dunia harus membatasi aktivitas dari segi apapun. Pembatasan aktivitas tersebut tentunya memberikan dampak yang cukup besar kepada UMKM, termasuk yang baru dan dimiliki oleh pebisnis muda. Banyaknya UMKM yang harus tutup diakibatkan menurunnya pendapatan sehingga tidak bisa memproduksi, kurangnya modal untuk membuat inovasi baru, minimnya pengetahuan tentang *trend digital marketing*, dan *trend financial technology* membuat wirausahawan muda putus asa.

Phillipon (2016) menggambarkan *Fintech* sebagai sebuah industri yang meliputi inovasi-inovasi digital dan inovasi model bisnis berbasis teknologi (*Technology-enables business model*) di sektor keuangan. Adapun definisi *digital marketing* menurut Kotler & Keller, (2016) yaitu aktivitas promosi yang dilakukan untuk sebuah *brand* ataupun produk menggunakan media elektronik (*digital*). Hal ini sangat terasa bagi UMKM yang dibuat mahasiswa dimana kurangnya akses dan relasi untuk menuju UMKM yang mampu berkembang pada saat pandemi Covid-19. Padahal, usaha yang dilakukan oleh mahasiswa merupakan usaha yang akan prospek kedepannya

dimana pada saat ini ada sekitar 100 mahasiswa yang melaksanakan kewirausahaan atau pelaku UMKM. Produk yang dihasilkan mereka juga bervariasi seperti *fashion*, kuliner, *skincare* dan lain-lain. Akan tetapi kondisi saat ini membuat mereka enggan untuk melanjutkan usaha tersebut bahkan ada beberapa yang sudah berhenti untuk melanjutkan usahanya. Banyak juga yang tertarik untuk membuat usaha, ketika ditanya mengapa mereka belum melaksanakannya, mereka berdalih tidak mempunyai modal, takut tidak mampu mengembangkan usahanya dikarenakan ketika permintaan meningkat maka modalpun harus ditambah, pengelolaan keuanganpun harus jelas dan mudah dipahami, serta hambatan dalam menemukan media apa yang tepat untuk mempromosikan produk mereka.

Adanya Program Pengembangan Kewirausahaan akan sangat membantu UMKM Mahasiswa dalam menambah literasi dan *Skill* tentang *trend financial technology dan digital marketing* sehingga mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen mampu mengembangkan dan optimis dalam melaksanakan usahanya.

METODE

Kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan dan ceramah melalui digital/*online Trend Financial Technology dan Digital Marketing* Sebagai Sarana Baru Pengembangan UMKM. Materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan para UMKM Mahasiswa agar dapat menjawab berbagai permasalahan untuk meningkatkan *skill* kewirausahaan. Pada tahap persiapan, tim pengabdian ini melaksanakan beberapa kegiatan, di antaranya koordinasi dengan para peserta melalui penyebaran undangan pelatihan *Trend Financial Technology dan Digital Marketing* Sebagai Sarana Baru Pengembangan UMKM yang menjadi sasaran PPK. Langkah berikutnya ialah persiapan pembuatan modul *Trend Financial Technology dan Digital Marketing* Sebagai Sarana Baru Pengembangan UMKM dengan rincian materi sebagai berikut:

Tabel 1. Topik Materi Pelatihan

Topik	
Pre-Test	
1	<i>Trend Financial Technology</i> Sebagai Sarana Baru Pengembangan UMKM

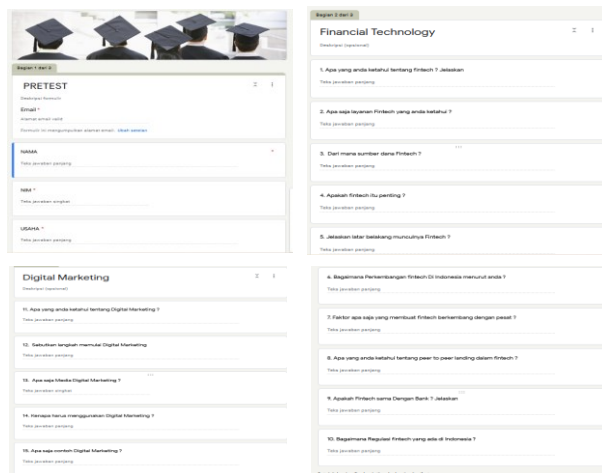
2 *Trend Digital Marketing* Sebagai Sarana Baru Pengembangan UMKM.
Post-Test

Untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian ini, peserta diberikan kuesioner *pre-test* (sebelum) pelatihan dan kuesioner *post-test* (sesudah) pelatihan dalam bentuk kuesioner *online* yang berisi tes pengujian kemampuan literasi informasi. Tahap ini dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan literasi informasi para peserta pelatihan.

Berdasarkan jawaban kuesioner terlihat perubahan kemampuan peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Selain itu, sebagai proses pendampingan, evaluasi akan diberikan secara berkelanjutan terhadap penerapan di UMKM.

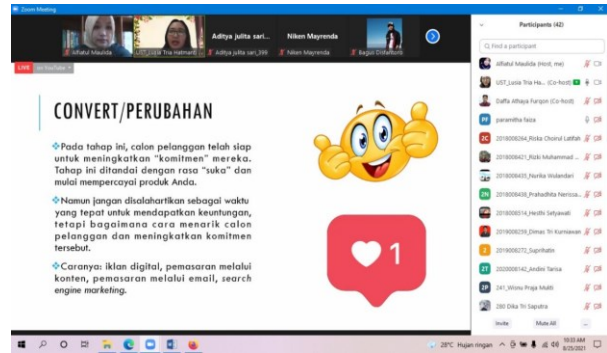
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan dengan memberikan Pretest dan Postes terhadap Peserta. Berikut link pretest <https://forms.gle/9ZVBZ9DEtSUiMfk29> dan posttest <https://forms.gle/PwWdeZn12oePJcxy6> menggunakan GForm:



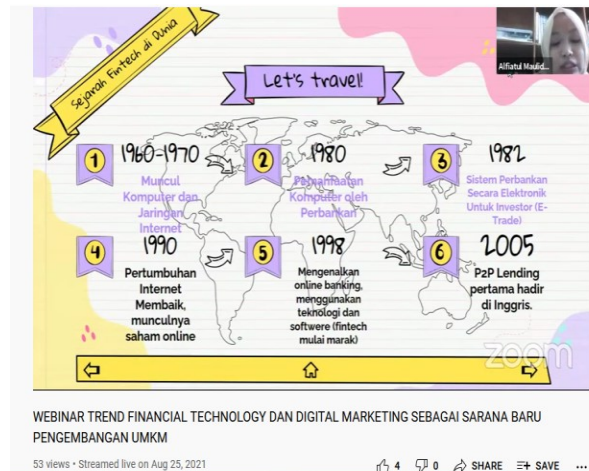
Gambar 1. Contoh *Pretest* dan *Posttest*
Sumber: Dokumentasi tim (2021)

Kegiatan ini dilaksanakan pada Hari Rabu, 25 Agustus 2021. Dimana kegiatan ini dihadiri oleh sekitar 45 Mahasiswa yang memiliki usaha dan rencana untuk memiliki usaha.



Gambar 2. Pemberian Materi *Digital Technology*
Sumber: Dokumentasi tim (2021)

Kegiatan PPK juga disiarkan *live* melalui YouTube untuk mempermudah peserta yang tidak bisa hadir melalui *Zoom Meeting*. Tingkat *viewer* di *youtube* mencapai 53 kehadiran. Berikut link *youtube* pelaksanaan kegiatan PPK <https://www.youtube.com/watch?v=ZGJP49rHeAQ>



Gambar 3. Pemberian Materi *Financial Technology*
Sumber: Dokumentasi tim (2021)

Pemberian materi diawali pembukaan oleh MC dan kemudian dialihkan ke moderator untuk memandu kegiatan webinar. Pada kegiatan ini di presentasikan oleh Alfiatu Maulida, S.E., M.M. dan Lucia Hatmanti Hutami, S.E., M.M. Total tingkat kehadiran peserta yaitu sebanyak 98 partisipan pada pelaksanaan ABDIMAS PPK. Dari Pretest dan Posttest yang sudah diberikan didapat hasil bahwa peserta memperoleh pengetahuan lebih atau bertambah dengan adanya webinar yang sudah dilaksanakan.

Pemaparan *financial technology* diawali

dari pemberian pengertian tentang *financial technology* sehingga peserta dapat memahami apa itu *fintech*, kemudian peserta diajak untuk flashback ke Tahun sebelumnya dandi berbagai dunia untu mengetahui perkembangan *fintech* diberbagai dunia hingga akhirnya *fintech* memasuki Indonesia dan perkembangan trend yang ada di Indonesia. Misalkan, *Peer to peer Lending*, *Crowdfunding*, Manajemen Risiko Investasi, *Payment*, *Clearing*, *Sattlement*, dan *Market Agregator*.

Adanya pemaparan diatas, diahrapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk memanfaatkan trend tersebut sehingga bisa meningkatkan kualitas maupun kuantitas usaha tersebut.

Pemaparan materi Strategi Digital Marketing diawali dengan pendahuluan yang berisi mengenai Ajaran Tamansiswa: “Opor Bebek Mateng Saka Awake Dhewe” berarti bahwa manusia seyogyanya dapat berdiri secara mandiri, mengembangkan bakat, talenta, keahlian yang dimiliki agar dapat merdeka secara ekonomi melalui wirausaha (UMKM) serta pemahaman secara umum mengenai manajemen pemasaran dan pemasaran digital. Pemasaran *digital* diartikan sebagai kegiatan *marketing* termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis *web* (Wardhana, 2015). Pemaparan dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai: istilah, tujuan, keunggulan, keterbatasan, serta tahapan. Pemaparan diakhiri dengan pemberian kesimpulan dan dibukanya sesi pertanyaan.

Profil Perusahaan Mahasiswa

A. Crown Popcorn

Crown Popcorn bergerak di bidang makanan ringan yaitu pembuatan jagung popcorn yang dibentuk pada bulan Februari 2020. Pemilihan bisnis ini didasari karena makanan *popcorn* merupakan makanan ringan yang dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Baik dari anak kecil sampai orang dewasa. Selain itu bahan baku untuk memuat makanan ini mudah untuk ditemukan dan pembuatanya juga mudah dan simple.



Gambar 4. Produk Crown Popcorn
Sumber: Dokumentasi tim (2021)

B. Anekakue_KA

Anekakue_KA merupakan perusahaan (Home industri) yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan (roti dan kue) yang dibentuk pada bulan Maret 2021. Membuat sebuah usaha dibidang makanan atau kuliner merupakan salah satu usaha yang menjanjikan dalam mendapatkan keuntungan serta keberlangsungan usaha. Salah satunya makanan kue bakpia yang dari dulu merupakan makanan khas dari daerah Yogyakarta selain makanan gudeg. Bakpia selalu dijadikan oleh-oleh untuk para wisatawan yang berkunjung didaerah Jogja, oleh karena itu usaha ini sangat menjanjikan.



Gambar 5. Produk Anekakue_KA
Sumber: Dokumentasi tim (2021)



Gambar 6. Produk Anekakue KA
Sumber: Dokumentasi tim (2021)

- Philippon, T. 2016. *The Fintech Opportunity*. NBER working paper 22476.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV* (pp. 327–337).

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan ini menghasilkan 2 kelompok wirausahawan baru yang mempunyai skill dan wawasan tentang *trend financial technology* dan *digital marketing* sehingga dengan penambahan wawasan tersebut bisa dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk mengembangkan usaha mereka.

Diharapkan untuk pengabdian berikutnya untuk menambah literasi dan praktek langsung yang terkait dengan perkembangan *financial technology* dan *digital marketing*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada LP3M Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa sebagai penyandang dana atau telah memberi kontribusi lain dalam pengabdian, Tim Program Pengembangan Kewirasusahaan, dan para mahasiswa yang telah bersedia menjadi bagian dari pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Berita Resmi Statistik. Bps.Go.Id*.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, XIII*(10), 19–24. Retrieved from https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). PEARSON.