



Optimalisasi Penjualan dan Pengelolaan Keuangan UMKM Pedagang Melalui Pengenalan Fintech dan Pemanfaatan Facebook Market Place

Optimizing Sales and Financial Management of UMKM Traders Through the Introduction of Fintech and the use of Facebook Market Place

Rezzi Hidayati^{1*}, Zaenal Wafa²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia
rezzihidayati82@gmail.com ^{1*}, zaenalwafa@mercubuana-yogya.ac.id ²

Alamat : JL. Raya Wates-Jogjakarta, Karanglo Argomulyo, Kec. Sedayu, Kabupaten Bantul,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55752

Korespodensi email : rezzihidayati82@gmail.com

Article History:

Received: Agustus 29, 2024;

Revised: September 14, 2024;

Accepted: September 28, 2024;

Published: Oktober 1, 2024;

Keywords: Sales, Financial Management, Financial Technology, e-commerce platforms, MSMEs

Abstract: This service aims to assist Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) traders in increasing sales and managing their finances through the introduction of financial technology (fintech) and the utilization of the Facebook Marketplace e-commerce platform. This service was carried out in response to the challenges faced by MSMEs in the digital era, especially in the aspects of increasing sales and efficiency of financial management. This service activity involves direct training and assistance to MSME players in Wanayasa District, Banjarnegara Regency. The stages of training activities include 1) survey 2) training and mentoring 3) results and evaluation. This training activity is an introduction to the basics of fintech, how to access and utilize fintech services for financial management, as well as marketing and sales strategies through Facebook Marketplace. The results of this activity show an increase in the ability of MSME traders to use fintech to better manage their finances, including in terms of transaction recording, cash flow management, and access to digital financial services. In addition, the merchants also succeeded in increasing the visibility and sales of their products through Facebook Marketplace. Thus, the introduction of fintech and the utilization of Facebook Marketplace are proven to support the optimization of sales and financial management of MSMEs.

Abstrak. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu para pedagang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan penjualan dan mengelola keuangan mereka melalui pengenalan teknologi finansial (fintech) dan pemanfaatan platform e-commerce Facebook Marketplace. Pengabdian ini dilakukan sebagai respon terhadap tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam era digital, khususnya dalam aspek peningkatan penjualan dan efisiensi pengelolaan keuangan. Kegiatan pengabdian ini melibatkan pelatihan dan pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM di Kecamatan Wanayasa Kabupaten Banjarnegara. Tahapan Kegiatan Pelatihan mencakup 1) survei 2) pelatihan dan pendampingan 3) hasil dan Evaluasi. Kegiatan pelatihan ini berupa pengenalan dasar-dasar fintech, cara mengakses dan memanfaatkan layanan fintech untuk pengelolaan keuangan, serta strategi pemasaran dan penjualan melalui Facebook Marketplace. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan para pedagang dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh dan mendapatkan hasil yang optimal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kemampuan para pedagang UMKM dalam menggunakan fintech untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, termasuk dalam hal pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan akses ke layanan keuangan digital. Selain itu, para pedagang juga berhasil meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka melalui Facebook Marketplace. Dengan demikian, pengenalan fintech dan pemanfaatan Facebook Marketplace terbukti dapat mendukung optimalisasi penjualan dan pengelolaan keuangan UMKM.

Kata Kunci: Penjualan, Pengelolaan Keuangan, Financial Technology, platform e-commerce, UMKM

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin maju, para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada berbagai tantangan, baik dalam aspek penjualan maupun pengelolaan keuangan. Terlepas dari potensi besar yang dimiliki UMKM dalam memajukan perekonomian lokal, banyak di antara mereka masih bergantung pada metode konvensional yang kurang efisien dan kurang terjangkau oleh teknologi modern (Munandar et al., 2022). Oleh karena itu, optimalisasi penjualan dan pengelolaan keuangan melalui inovasi digital menjadi semakin krusial agar UMKM dapat bersaing secara efektif di pasar yang lebih luas dan dinamis (Sunarjo et al., 2023). Dilakukan nya pengabdian ini dengan tujuan membantu pedagang UMKM dalam menghadapi tantangan era digital, terutama dalam dua hal penting: peningkatan penjualan dan pengelolaan keuangan yang efisien. Fokus utama acara ini adalah penemuan teknologi finansial (fintech) yang dapat memperbaiki pengelolaan keuangan serta penggunaan Facebook Marketplace sebagai platform yang berguna untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar (Putri et al., 2023)

Media sosial telah berkembang menjadi media online yang memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi dan berinteraksi secara langsung melalui dunia maya, seperti berbagi informasi, berbelanja, membuat forum, dan berbagai hal lainnya (Fitriani, 2021). Sekarang, peran media online dan marketplace sebagai media pemasaran belanja online sedang menjadi perhatian global, karena mereka memiliki kemampuan untuk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu bisnis dan para pengusaha UMKM (Ana et al., 2021). Tujuan pengabdian ini ialah mengajak masyarakat terbiasa menggunakan model pemasaran terbaru daripada model pemasaran konvensional. Penggunaan media online dan marketplace ini dapat memperluas jaringan dan mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi dan bertransaksi dengan lebih efisien dan efektif.

Program pengabdian masyarakat dimaksudkan untuk mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan membantu mereka dalam meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan dan dalam meningkatkan penjualan (Zulkarnain et al., 2022). Dua usaha UMKM lokal, Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul, akan menjadi objek pengabdian pada kesempatan ini. Toko Buku Mei Mei menyediakan berbagai buku dan alat tulis, dan Toko Pakan Pak Zainul menjual pakan ternak dan perlengkapan hewan peliharaan. Kedua bisnis ini memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh kedua bisnis tersebut adalah tidak memahami strategi pengelolaan keuangan berbasis digital dan cara optimalisasi penjualan melalui media online (Isagozi et al., 2024). Para pelaku UMKM menghadapi tantangan untuk menyesuaikan

diri dengan perubahan pola konsumsi dan pemasaran yang semakin beralih ke platform digital di era yang serba digital.

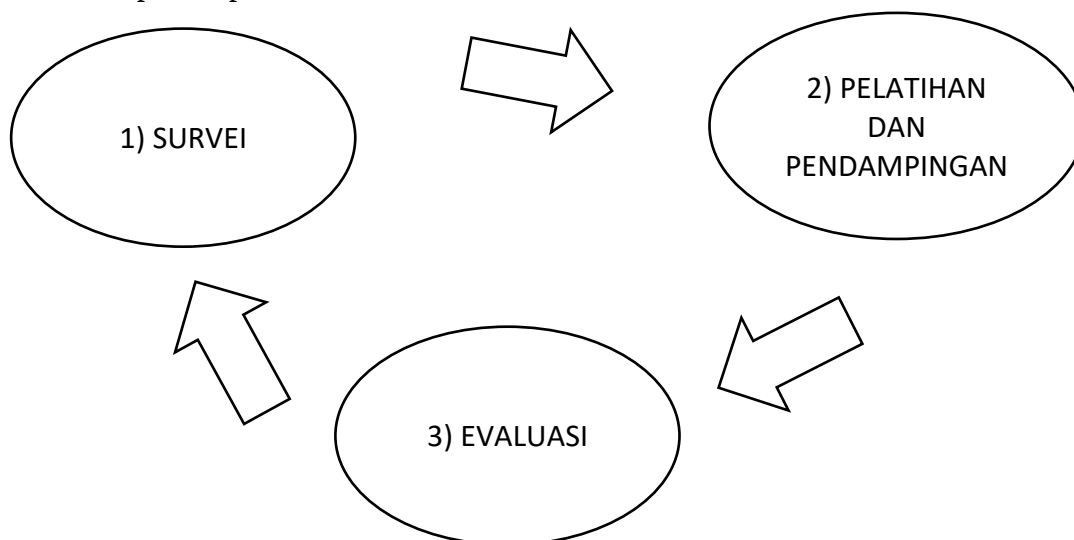
Facebook Marketplace muncul sebagai salah satu wadah yang sangat potensial untuk mendukung pengabdian masyarakat dalam memberdayakan pedagang UMKM (Akuntansi et al., 2019). Beberapa keunggulan utama platform ini termasuk aksesibilitas yang luas, biaya rendah, fitur interaktif, dan kemudahan penggunaan. Dengan basis pengguna yang tersebar di seluruh dunia, Facebook memungkinkan pedagang UMKM menjangkau lebih banyak pelanggan (Marti et al., 2024). Pedagang dapat menggunakan jaringan sosial yang sudah ada untuk mempromosikan barang mereka dengan lebih efektif, yang memungkinkan mereka memasuki pasar yang lebih luas tanpa mengeluarkan biaya yang signifikan. Menggunakan Facebook Marketplace juga relatif murah atau bahkan gratis, menjadikannya pilihan ideal bagi UMKM yang sering kali memiliki keterbatasan anggaran pemasaran (Ujungpangkah et al., 2023). Selain itu, Facebook Marketplace dilengkapi dengan fitur yang interaktif dan mudah digunakan, sehingga pedagang dapat dengan cepat menguasai cara memposting produk, berkomunikasi langsung dengan pembeli, serta mengelola penjualan.

Pedagang dapat memanfaatkan integrasi dengan halaman bisnis di Facebook dan menggunakan alat iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Fitur analytics juga memungkinkan pedagang untuk melacak performa penjualan dan memahami tren perilaku konsumen, yang sangat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, Facebook Marketplace memungkinkan pedagang untuk bergabung dalam grup komunitas untuk berbagi pengalaman, mendapatkan saran, dan mencari dukungan dari sesama pedagang. Mereka tidak hanya memperoleh pemahaman yang lebih baik, tetapi juga memiliki banyak peluang untuk berkolaborasi dan networking. (Produk et al., 2022)

Salah satu alasan utama mengapa fintech sangat relevan bagi UMKM adalah aksesibilitasnya yang luas. Layanan fintech, seperti e-wallet, pembayaran digital, dan aplikasi pencatatan keuangan, dapat diakses melalui perangkat seluler yang kini dimiliki oleh sebagian besar masyarakat (Putu et al., 2022). Pedagang UMKM dapat mengelola keuangan bisnis mereka kapan saja dan di mana saja, tanpa bergantung pada sistem keuangan tradisional yang cenderung lebih rumit dan membutuhkan biaya tinggi (Raharjo et al., 2022). Dengan ini, pedagang tidak hanya dapat melakukan transaksi secara langsung. Fintech juga berintegrasi dengan platform e-commerce, seperti Facebook Marketplace, di mana penjual UMKM dapat meminta pembayaran digital dan langsung dari pelanggan, yang mempercepat seluruh proses dan menambah jumlah pelanggan. Selain itu, fitur interaktif fintech membantu pedagang mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilakukan pada dua UMKM di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara, yaitu Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul. Pengabdian ini berfokus pada peningkatan pengelolaan keuangan dan penjualan digital melalui penggunaan aplikasi fintech Dana serta optimalisasi penjualan melalui Facebook Marketplace. Kegiatan ini dilaksanakan dari tanggal 2 September 2024 hingga 4 September 2024. Metode pelaksanaan melibatkan beberapa tahapan berikut:



Gambar 1. Tahapan

Survei

Tahap awal dimulai dengan survei di Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul untuk mengidentifikasi permasalahan terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran yang dihadapi oleh kedua UMKM tersebut. Setelah informasi terkumpul, maka pengabdian ini akan memberikan penjelasan mengenai potensi penggunaan aplikasi Dana sebagai solusi untuk pengelolaan keuangan digital dan bagaimana Facebook Marketplace dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar.

Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dan pendampingan dilakukan selama tiga hari dengan fokus pada dua aspek utama:

- a. Pengelolaan Keuangan melalui Aplikasi Dana: Pemilik usaha diberitahu cara menggunakan aplikasi Dana untuk mengelola transaksi harian, menyimpan data pemasukan dan pengeluaran, serta mengakses fitur-fitur keuangan digital yang ditawarkan oleh aplikasi. Tujuannya adalah untuk membantu para pedagang dalam memantau arus kas.

- b. Optimalisasi Penjualan melalui Facebook Marketplace: Para pemilik usaha juga diajarkan mengenai strategi pemasaran digital, termasuk cara memposting produk, menyesuaikan harga, berinteraksi dengan pembeli melalui fitur chat, dan menggunakan analitik di Facebook untuk melacak penjualan. Pelatihan ini dilakukan di akun pemilik usaha dan langsung, sehingga para pemilik usaha dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh.

Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan *pre-test* dan *post-test*, yang terdiri dari beberapa pertanyaan terkait penggunaan aplikasi Dana untuk pengelolaan keuangan dan strategi penjualan di Facebook Marketplace. *Pre-test* dilakukan sebelum pelatihan, dan *post-test* dilakukan setelah pelatihan untuk menilai peningkatan pemahaman dan penerapan materi oleh pemilik usaha. Dengan tingkat keberhasilan ditentukan dengan membandingkan skor akhir *pre-test* dan *post-test*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Survey

Pada tahap pertama, dilakukan survei langsung ke Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul untuk mengidentifikasi permasalahan yang mereka hadapi dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa kedua UMKM ini menghadapi kesulitan dalam pengelolaan dan transaksi online dan belum memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Para pelaku usaha di Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul mengalami kendala dalam penggunaan sistem transaksi yang dilakukan dengan teknologi, serta belum memanfaatkan Facebook Marketplace untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan tentang penggunaan aplikasi fintech Dana untuk mempermudah pengelolaan keuangan dalam transaksi online dan strategi pemasaran melalui Facebook Marketplace untuk mendukung pertumbuhan usaha mereka.

Pelatihan dan Pendampingan

c. Hari Ketiga: Strategi Pemasaran melalui Facebook Marketplace

Pada tanggal 4 September 2024, pelatihan berlanjut dengan pengenalan strategi pemasaran menggunakan Facebook Marketplace. Pemilik usaha diajarkan mengenai cara membuat akun bisnis, menambahkan produk, menentukan harga, dan menggunakan fitur-fitur pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Sesi ini juga mencakup strategi pemasaran digital dan cara berinteraksi dengan calon pembeli melalui platform.



Gambar 4. Pemasaran Aplikasi Dana

Tahap Hasil Evaluasi

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan telah berhasil meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi oleh Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul. Berikut adalah indikator keberhasilan kegiatan berdasarkan hasil *pre-test*, *post-test*, dan evaluasi pasca pelatihan:

Tabel 1. Indikator Keberhasilan

No	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	Pemahaman peserta mengenai aplikasi Dana	20%	100%
2	Kemampuan peserta dalam mengelola keuangan menggunakan aplikasi Dana	10%	95%
3	Penggunaan facebook merketplace untuk pemasaran produk	Belum menerapkan	Sudah menerapkan

Setelah pelatihan, pemahaman peserta mengenai aplikasi Dana meningkat dari 20% menjadi 100%, dan kemampuan mereka dalam pengelolaan keuangan berbasis digital meningkat dari 10% menjadi 95%. Selain itu, penggunaan Facebook Marketplace untuk pemasaran produk juga menjadi suatu hal baru yang diterapkan dari pangabdian ini. Hal ini menunjukkan bahwa peserta telah berhasil menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan visibilitas produk mereka. Secara

keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memenuhi indikator keberhasilan dan memberikan dampak positif pada kedua UMKM.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul di Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Banjarnegara, bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan dan pemasaran produk melalui pemanfaatan teknologi finansial (fintech) dan platform e-commerce Facebook Marketplace. Berdasarkan hasil pelatihan dan pendampingan, telah terbukti bahwa aplikasi Dana dan Facebook Marketplace sangat efektif dalam membantu UMKM. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pengenalan fintech dan pemanfaatan platform digital dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Tanpa kontribusi dari pemilik usaha, kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan sukses. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Toko Buku Mei Mei dan Toko Pakan Pak Zainul yang telah menerima dan berpartisipasi aktif dalam program ini. Keberhasilan pelatihan dan pendampingan tidak terlepas dari keterlibatan serta antusiasme dari para pelaku UMKM yang telah menunjukkan komitmen untuk meningkatkan usaha dengan adanya pengabdian ini. Penulis juga menghargai kontribusi dari Facebook Marketplace dan aplikasi Dana sebagai platform teknologi yang digunakan dalam kegiatan ini. Penerapan teknologi ini telah membuktikan manfaatnya dalam mengoptimalkan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital bagi UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Akuntansi, P., Ekonomi, F., Budiantara, M., Gunawan, H., & Utami, E. S. (2019). *PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE , TRUST IN ONLINE STORE , PERCEIVED RISK SEBAGAI PEMICU NIAT BELI ONLINE PADA PRODUK UMKM “ MADE IN INDONESIA ” MELALUI PENGGUNAAN E-COMMERCE MARKETPLACE PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE , TRUST IN ONLINE STORE , PERCEIVED RISK AS TRIGGERS TO BUY ONLINE PRODUCTS IN UMKM " MADE IN INDONESIA " THROUGH THE USE OF E-COMMERCE MARKETPLACE*. 5(1), 19–27.
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media

- Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm Cn Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517–522. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i3.274>
- Fitriani, Y. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA*. 5(4), 1006–1013. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>
- Isagozi, R., Diva, S. A., Zahra, N. A., Nur, G., Ummul, I., & Iuqi, Q. A. (2024). *Economic Reviews Journal*. 3, 204–219. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.130>
- Marti, S., Theodora, B. D., & Indraprasta, U. (2024). 1, 2 1,2. 04(02), 561–566.
- Munandar, G. M., Hidayah, M. N. W., & Wibowo, E. A. (2022). *E -ISSN : 2746-0835 Volume 3 No 4 (2022) JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri) PERUBAHAN SISTEM KONVENSIONAL MENJADI SISTEM DIGITALISASI BAGI UMKM KEBUMEN DI BIDANG KONVEKSI (STUDI KASUS TONIGHT SABLON) E -ISSN : 2746-0835 Volume 3 No 4 (2022) JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*. 3(4), 451–458.
- Produk, P., Mikro, U., & Umkm, M. (2022). *Penerapan Marketplace dan Media Sosial sebagai Strategi Peningkatan*. 1(2), 74–81. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v1i2.21>
- Putri, A. S., Sari, A. K., Simanjuntak, E. K., Sahputri, H. I., Iqbal, M., & Rizkiyanto, N. (2023). *IMPLEMENTASI FACEBOOK MARKETPLACE UNTUK PRODUK*. 4(2), 4162–4165.
- Putu, N., Puspa, R., Ica, A., & Candraningrat, R. (2022). *Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi*. 3(1).
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., Sunardi, N., Pamulang, U., & Selatan, T. (2022). *PEMANFAATAN FINANCIAL TECHNOLOGY DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN*. 67–77.
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Kamila, N. P. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Omset bagi UMKM Batik di Era Society 5 . 0. *DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–10.
- Ujungpangkah, U., Gresik, K., Permata, R. P., Alifah, A. N., & Fadhilah, H. N. (2023). *Penggunaan Fitur Facebook untuk Meningkatkan Penjualan Produk produk menggunakan sosial media (Istiasih , 2022)*. Namun minimnya literasi. 3(4), 1561–1570.
- Zulkarnain, M. I., Suzan, R., & Sembiring, R. (2022). *Optimalisasi Digital Marketing Guna Peningkatan Daya Beli Konsumen*. 1(2), 101–108.