

Pengembangan Tampilan Aplikasi Literasi Keuangan Sederhana ‘Komplit’ Pada Divisi Bisnis Ultra Mikro Bri Dalam Memberdayakan Segmen Usaha Umi

Ayu Niken Pragaluh Ramadhani¹, Ira Dwi Mayangsari²,

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, nikenpragaluh@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, iradwi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Karya ini membahas mengenai aktivitas pengembangan tampilan Aplikasi Literasi Keuangan Sederhana “KOMPLIT” yang dilakukan penulis selama melaksanakan kegiatan MBKM pada Divisi Bisnis Ultra Mikro PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Tujuan pembuatan karya ini adalah untuk memberdayakan segmen Usaha Ultra Mikro (UMi) yang belum terliterasi mengenai keuangan dengan optimal. Pengujian aplikasi dilakukan secara mendalam kepada sembilan orang Narasumber. Dari hasil sosialisasi dan uji coba kegunaan *prototype* Aplikasi KOMPLIT, tampilan Aplikasi KOMPLIT dianggap sederhana, mudah dipahami, dinilai menarik serta memberikan motivasi kepada pelaku usaha UMi yang tertarik untuk melakukan pembelajaran keuangan tetapi tidak tahu cara untuk memulainya. Namun, masih banyak yang harus dipertimbangkan dalam melakukan pemberdayaan melalui pembuatan Aplikasi belajar melihat tiga gejala yang ditemukan penulis yakni geografi, demografi usia, secara psikologi memiliki minat menabung, serta kebiasaan adopsi digital dari segmen UMi.

Kata Kunci: Ultra Mikro, aplikasi belajar, pemberdayaan, literasi keuangan

Abstract

This work discusses the activities of developing the display of the Simple Financial Literacy Application "KOMPLIT" which the author carried out during MBKM activities at the Ultra Micro Business Division of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. The purpose of making this work is to optimally empower the Ultra Micro Business (UMi) segment that has not been literate about finance. Application testing was carried out in depth to nine resource persons. From the results of the socialization and testing of the usefulness of the KOMPLIT application prototype, the appearance of the KOMPLIT application was considered simple, easy to understand, considered attractive and motivated UMi business actors who were interested in learning finance but did not know how to start. However, there are still many things that must be considered in empowering through making learning applications to see the three symptoms found by the author, namely geography, age demographics, psychologically having an interest in saving, and digital adoption habits from the UMi segment.

Keywords: Ultra Micro, learning application, empowerment, financial literacy.

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian negara salah satunya ditunjang oleh kontribusi yang diberikan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Kecil Menengah (UKM). Berdasarkan UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan dan bukan cabang atau anak perusahaan perusahaan lain. Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa kriteria segmen usaha mikro yakni memiliki aset maksimal Rp50 juta dan omset maksimal Rp300 juta per tahun. Sedangkan menurut Peraturan Kementerian Keuangan (Permenkeu) dijelaskan bahwa Ultra Mikro (UMi) merupakan bagian dari usaha mikro dalam masyarakat yang dimiliki orang perorangan (Kemenkeu, 2020).

Menurut Radito (2003) dalam Hamidah (2019:347) mengemukakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Menurut Tambunan, UMKM merupakan jaring pengaman perekonomian yang berperan dalam menjalankan kegiatan ekonomi produktif. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar bila dibandingkan dengan kontribusi usaha besar (Tambunan, 2012). Menurut Menteri Perhubungan, Budi Karya dalam Hamidah *et.al.* (2019:346)

bahwa UMKM di Indonesia menyerap 96% tenaga kerja dan berkontribusi 60% terhadap pembentukan pertumbuhan PDB. Peran dan Kontribusi UMKM tidak hanya berlaku di negara berkembang saja, melainkan juga di negara maju. Penguatan peran dan kontribusi UMKM dapat dilakukan melalui penguatan pada sektor pendanaan UMKM. PT Bank Rakyat Indonesia Tbk merupakan salah satu dari tiga perusahaan yang termasuk ke dalam *holding* yang didasari kekuatan dalam pembiayaan dan pemberdayaan usaha kecil mikro. Atas dasar kekuatan pembiayaan, pemberdayaan dan *Right Issue* yang dimiliki maka BRI termasuk salah satu *pioneer* bisnis mikro.

UMKM merupakan pasar potensial bagi industri jasa keuangan terutama dalam hal pembiayaan. Namun sejumlah data justru memperlihatkan bahwa sekitar 60 - 70% pelaku UMKM belum memiliki akses kepada pembiayaan perbankan (Bank Indonesia, 2015). Hal ini kebanyakan disebabkan karena UMKM belum memiliki literasi keuangan yang baik sehingga kemudahan akses menuju pembiayaan modal justru menjadi hal yang sering kali sulit untuk dijangkau. Dalam misi mengembangkan UMKM menjadi satu entitas yang memiliki fondasi kuat, UMKM yang di dalamnya juga termasuk Usaha Ultra Mikro sangat diperlukan untuk memiliki kesadaran akan pentingnya literasi keuangan. Saat ini, masih banyak pelaku UMKM yang awam dan belum memahami secara baik apa dan bagaimana literasi keuangan merupakan faktor yang sangat berperan dalam proses pengembangan usaha mereka. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pada tahun 2019 indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia masih rendah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan hanya berada di angka sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Literasi keuangan sangat berkaitan erat dengan inklusi keuangan sehingga perlu adanya keselarasan dan kesinambungan antara kegiatan literasi keuangan dan inklusi keuangan. Berdasarkan pengamatan awal pra penulisan, permasalahan minimnya literasi keuangan pada UMKM termasuk di dalamnya Usaha Ultra Mikro yang pada akhirnya berdampak pada pengetahuan mengenai modal usaha yang minim, kurangnya pemahaman terkait izin usaha, kurangnya pemahaman terkait pemasaran digital, kurangnya pemahaman mengenai pembukuan, sampai kepada pembayaran pajak, tentu akan berpengaruh pada pertumbuhan perekonomian suatu negara, sehingga dibutuhkan suatu upaya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan tujuan pencapaian literasi keuangan untuk memperluas akses masyarakat ke sektor jasa keuangan dapat dilakukan dengan lebih optimal.

Di saat yang bersamaan Perkembangan teknologi telah mempermudah setiap individu untuk melakukan sesuatu secara efektif dan efisien. Menurut Monovich (2002) dalam Aji (2016:44) bahwa peralihan teknologi yang menerapkan prinsip numerik, modularitas, otomatisasi, variabilitas dan *transcoding* telah membawa kita pada suatu masa yang disebut era digital. Era digital merupakan suatu era dimana teknologi konvensional dan analog digantikan dengan teknologi digital, contohnya yaitu *fintech* (*Financial technology*) yang merupakan teknologi untuk mendukung layanan jasa keuangan. Perkembangan *fintech* banyak memunculkan inovasi aplikasi dalam layanan keuangan, seperti alat pembayaran, alat pinjaman dan lain-lain yang mulai terkenal pada masa digital ini. Hasil riset yang ditemukan oleh Sugiarti et.al dalam (Luckandi, 2018) tentang analisis transaksi pembayaran menggunakan *fintech* pada UMKM di Indonesia menyatakan bahwa kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi serta kemudahan dalam bertransaksi merupakan faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk menggunakan *fintech* dan hal-hal yang berkaitan dengan faktor pendukung yaitu berupa kemudahan pencatatan, kemudahan proses transaksi serta meningkatkan penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa aplikasi digital merupakan media untuk mempermudah pelaku UMKM mengakses layanan terkait keuangan. Peralihan inilah yang menuntut pelaku UMKM untuk secara berkesinambungan melakukan peralihan terkait kegiatan yang dilakukan pelaku usaha, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan dan pembukuan. Pengelolaan keuangan dan pembukuan melalui aplikasi merupakan hal yang dibutuhkan pelaku UMKM, khususnya UMi untuk melakukan kegiatan usaha secara efektif dan efisien.

Pada penulisan ini, permasalahan UMi-UMKM yang akan diangkat adalah terkait pemahaman pelaku usaha Ultra Mikro terkait pengelolaan keuangan dan kapabilitas usaha yang masih rendah. Penulis akan melakukan penulisan mengenai aktivitas marketing komunikasi PT Bank Rakyat Indonesia Tbk dalam memberdayakan segmen usaha Ultra Mikro (UMi) melalui pengembangan tampilan aplikasi literasi keuangan. Pihak perusahaan BRI mengembangkan aplikasi literasi keuangan sederhana yang didasari pada tiga tingkatan kapabilitas pelaku usaha antara lain kemampuan keuangan pelaku usaha yang cakap, transformasi sikap dan perilaku dalam kegiatan usaha dan kemampuan untuk mengakses keuangan secara digital. Sosialisasi dengan cara terjun langsung ke lapangan dan dilakukan guna memperkenalkan aplikasi literasi keuangan sederhana sehingga segmen Ultra Mikro memiliki tiga tingkatan kapabilitas pelaku usaha tersebut

Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa sektor Ultra Mikro memiliki peran dan kontribusi dalam pertumbuhan perekonomian negara. Pemasalahan yang terjadi pada segmen Ultra Mikro dapat berdampak terhadap pertumbuhan perekonomian negara, sehingga dibutuhkan lembaga keuangan formal yang berfokus pada

sektor dan pemberdayaan usaha Ultra Mikro, terutama dalam meningkatkan pemahaman pengelolaan keuangan dan peningkatan kapabilitas usaha melalui suatu aplikasi. Oleh sebab itu, penulis akan melakukan penulisan mengenai aktivitas pengembangan karya Aplikasi Literasi Keuangan Sederhana 'KOMPLIT' yang dilakukan sebagai proyek besar ketika melaksanakan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada Divisi Bisnis Ultra Mikro PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk dengan tujuan memberdayakan segmen Usaha Ultra Mikro yang belum terliterasi mengenai keuangan dengan optimal, serta menjadi salah satu upaya dalam membantu pencapaian visi Bank BRI untuk menjadi *"The Most Valuable Banking Group in Southeast Asia and Champion of Financial Inclusion"* yakni meningkatkan inklusi 90% keuangan di Indonesia.

A. Proses Produksi

No	Tahap	Kegiatan	Waktu
Pra Produksi			
1	Brainstorming	Penemuan ide	Desember '21
		Penentuan nama karya	
		Bentuk logo	
		Pemilihan warna	
		Penentuan materi, pembagian sistem level	
		Penentuan fitur-fitur	
2	Survey Aplikasi	Wawancara langsung bersama segmen Ultra Mikro, validasi data	Desember '21
3	Riset Sekunder	online research, pencarian data sekunder untuk memperkuat hasil survey dalam proses pembuatan materi pembelajaran	Desember '21 – Januari '22
Produksi			
1	Produksi Logo	Proses pembuatan logo	Febrari '21 – Maret '22
2	Low-fidelity Mockup	On boarding screen	
		Tampilan login dan signup (Survey awal)	
		Tampilan utama (homepage)	
		Tampilan Bacaanku (+kuis)	
		Tampilan forum dan isi profil	
3	High-fidelity Mockup	Proses detailing dari low-fidelity mockup. Proses input elemen-elemen seperti icon, gambar, dan ilustrasi. Proses pewarnaan dan penyusunan layout kasar menjadi layout halus.	
Paska Produksi			
1	Protoyping	Pembentukan interaksi antar setiap fitur	April '22
2	Usability testing	Pengujian kegunaan Aplikasi terhadap segmen target	Mei '22

1. Pra-produksi

a. Brain storming

Proses *brainstorming* diawali dengan diskusi mengenai nama calon tampilan aplikasi yang akan dibuat. Nama KOMPLIT terpilih menjadi nama akhir aplikasi. Proses *brainstorming* merupakan fondasi karya. Setelah penentuan nama, diskusi berlanjut ke tahap penentuan warna yang akan menjadi warna logo dan warna dominan aplikasi, warna yang terpilih adalah biru dan *orange*. Proses pemilihan jenis *font* yang akan digunakan pada Aplikasi KOMPLIT juga ditentukan pada tahap ini. Pada proses ini juga dilakukan pemilihan jenis huruf. *font Product Sans* terpilih menjadi *font* yang digunakan dalam pengembangan tampilan Aplikasi KOMPLIT.

Proses *brainstorming* dilanjutkan dengan penentuan fitur-fitur yang akan hadir pada Aplikasi KOMPLIT. Dengan rincian sebagai berikut:

Fitur Utama	Fungsi
Materi Bacaan (Bacaanku)	Sumber pembelajaran utama terkait finansial/literasi keuangan bagi segmen Ultra Mikro yang terbagi dalam 3 level, di mana di setiap levelnya terbagi dalam 3 dasar, dengan rincian materi setiap level sebagai berikut: Level 1 Dasar 1: - Pentingnya Literasi Keuangan - Pengenalan Lembaga Jasa Keuangan - Cakap Keuangan: Bebas Finansial Dasar 2: - Penting Menabung - Menentukan Tujuan Menabung - Metode Efektif dalam Menabung Dasar 3: - Mulai Atur Anggaran Keuangan - Catat Sumber Pemasukan dan Pengeluaran - Cara Membuat Catatan Keuangan - Tips Mengatur Keuangan Level 2 Dasar 1: - Kenali Produk Bank - Produk-produk Tabungan Bank - Manfaat Menabung di Bank Dasar 2: - Celengan Teman Simpedes - Mengenal Agen BRILink - Mengenal Pegadaina Dasar 3: - Perbedaan Kredit dan Pembiayaan - Ketahui Jenis-jenis Pinjaman - Waspada Lembaga Keuangan Ilegal Level 3 Dasar 1: - Dunia Digital - Beralih ke <i>Digital</i> Dasar 2: - Perluasan Akses Keuangan melalui <i>Platform Digital</i> - Mulai Akses Keuangan melalui <i>Handphone</i> - Manfaat Beralih ke Digital Dasar 3: - Mengenal Asuransi - Jangan Takut Dengar Kata Investasi - Tanda Kamu Mulai Naik Kelas
Catatan Keuangan	Fitur yang akan membantu pengguna untuk memiliki dan mencatat setiap arus keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran secara digital, sehingga catatan tersimpan rapi di dalam satu aplikasi dan mengurangi risiko catatan keuangan hilang dan tercecer. Memberi kemudahan bagi pengguna untuk melihat kembali arus kas di setiap tanggal melalui fitur cari berdasarkan tanggal yang tersedia

d a k a r y a	Tutorial Keuangan	Fitur utama tambahan yang berfungsi bagi pengguna mempraktikkan secara langsung materi literasi keuangan yang dipelajari. Tutorial keuangan juga berperan untuk meningkatkan literasi keuangan segmen Ultra Mikro melalui tiga fitur yang dapat digunakan untuk mempermudah pengaturan keuangan yang dimiliki, terdiri dari: 1. Tujuan Keuangan 2. Cek Kesehatan Finansial 3. Dana Darurat
	Fitur Pelengkap	Fungsi
y a n g p e n u l l i s	Forum	Merupakan menu seperti pesan yang berfungsi bagi pengguna untuk melakukan diskusi terkait topik keuangan antar pengguna lainnya ataupun ahli keuangan yang bertugas, di mana topik keuangan dalam menu Forum dikategorikan ke dalam: 1. Menabung 2. Asuransi 3. Kredit 4. Pinjaman 5. Dunia Digital 6. Mengatur Keuangan 7. Investasi Tabungan Simpedes UMi
r a n	Notifikasi	Merupakan fitur untuk memberi informasi terkait <i>progress</i> bacaan yang sudah dilakukan oleh pengguna, dan berisi pemberitahuan mengenai bacaan selanjutnya yang harus dibaca pengguna.
c a n g	Reminder	Sistem pengingat dalam bentuk <i>quote</i> atau kutipan terkait keuangan untuk mendorong pengguna tetap termotivasi melakukan pembelajaran pada Aplikasi KOMPLIT dan meningkatkan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki.
a d a l	Pencapaian	Sebuah menu untuk melakukan klaim <i>reward</i> /hadiah sebagai bentuk apresiasi kepada pengguna karena telah rajin melakukan pembelajaran dan sebagai salah satu cara untuk memotivasi pengguna tetap melakukan pembelajaran pada Aplikasi KOMPLIT

b. Survey Aplikasi

Target pengguna ri h masyarakat segmen Ultra Mikro, sehingga dalam proses pra-produksi yang dilakukan, dibutuhkan opini atau pendapat mengenai kebutuhan dari segmen target secara langsung agar karya yang berupa aplikasi pembelajaran literasi keuangan tidak bersifat subjektif dan berguna sesuai dengan kebutuhan segmen target dan tujuan awal penciptaan aplikasi.

c. Riset Sekunder

Untuk membuat tampilan UI dari sebuah aplikasi, dibutuhkan banyak referensi karya. Riset sekunder dilakukan dengan mempelajari studi kasus dan portofolio mengenai UI/UX design aplikasi milik orang lain melalui berbagai *platform* seperti *behance*, *medium*, dan *dribbble*. Pencarian referensi karya dilakukan untuk memperkuat hasil wawancara langsung agar tampilan Aplikasi KOMPLIT sesuai dengan karakteristik segmen target namun tetap mengikuti perkembangan tampilan aplikasi di era sekarang, fleksibel (mudah dipahami) dan *modern*.

2. Produksi

a. Logo



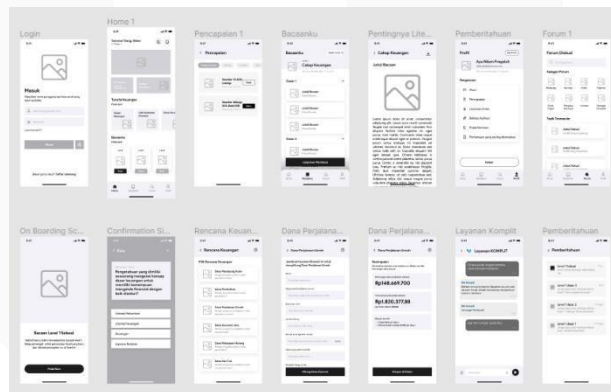
Gambar 1.1 Logo Usulan Aplikasi KOMPLIT

Sumber: Karya Penulis

Seperti logo pada *brand* umumnya, Logo KOMPLIT memiliki filosofi sendiri, Logo KOMPLIT berbentuk seperti dua lembar kertas pada buku yang tengah terbuka, menandakan Aplikasi literasi keuangan sederhana ini berperan sama seperti buku yang menyimpan pengetahuan di dalamnya, untuk berperan sebagai sumber ilmu bagi pembacanya. warna biru yang berdasarkan perspektif psikologi warna memberikan rasa aman dan kepercayaan. Dua segitiga berwarna orange pada sayap kanan merupakan simbol dari tangan pengguna, menandakan Aplikasi KOMPLIT akan selalu berada dalam genggaman setiap pengguna.

b. Low-fidelity Mock Up

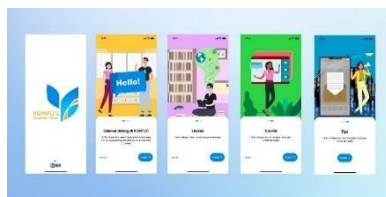
Dalam proses *design UI/UX*, *low-fidelity mockup* biasa disebut dengan istilah *wireframe* yang berarti kerangka, tahapan ini merupakan proses pembuatan kerangka dasar sebagai langkah awal penataan *UI/UX design* sebuah aplikasi. Begitu juga pada Aplikasi KOMPLIT. Kerangka awal dari Aplikasi KOMPLIT dirancang dengan mengutamakan kemudahan dan gaya komunikasi melalui Bahasa yang sesederhana mungkin menyesuaikan dengan profil dari Nasabah Ultra Mikro. Berikut adalah *wireframe design* dari Aplikasi KOMPLIT.

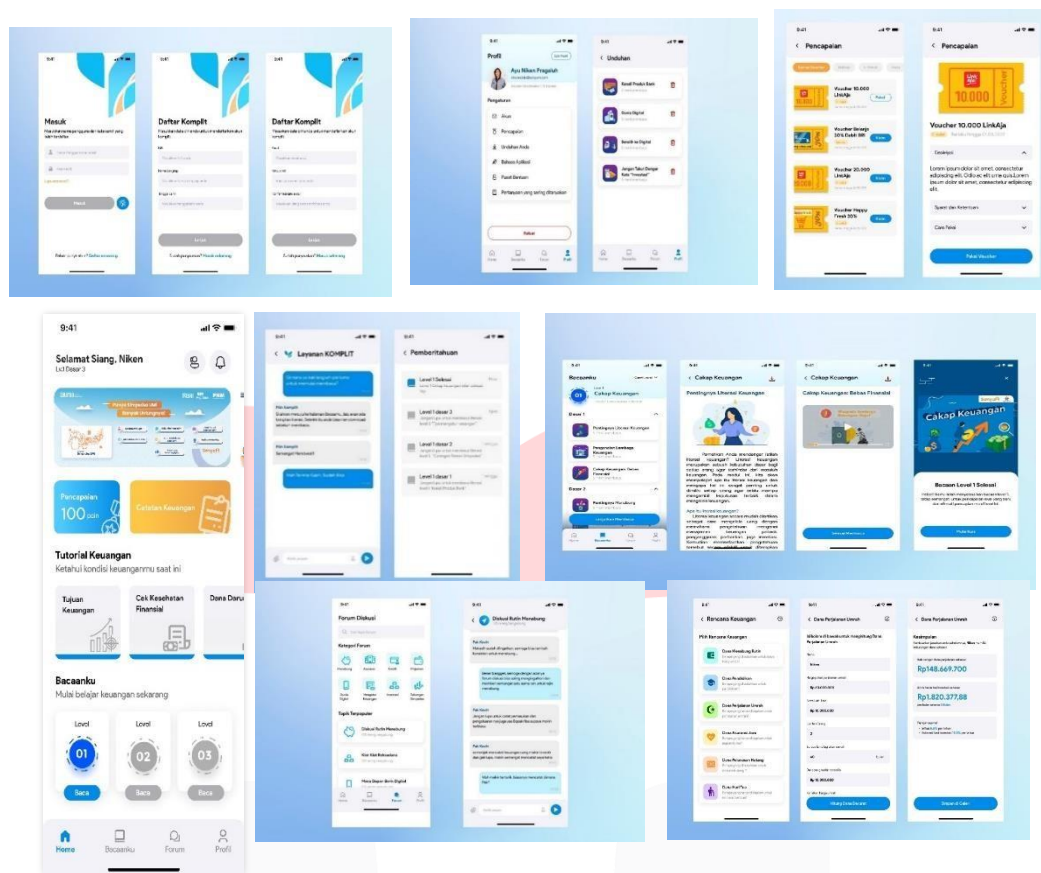


IT

c. High-fidelity Mock Up

High-fidelity Mockup merupakan *final design* dari sebuah proses desain *UI/UX*, finalisasi dari *layouting* yang sudah dilakukan pada tahap pra-produksi, seperti pemberian warna, ilustrasi, isi konten, dan lain sebagainya.





Gambar 1.3 High-fidelity Mock Up Aplikasi KOMPLIT

Sumber: Karya Penulis

3. Paska Produksi

a. Build prototype

Build prototype atau *prototyping* merupakan proses pembentukan interaksi antar setiap fitur dalam UI *design* yang telah dirancang. Proses ini akan menghasilkan versi primitif dari suatu rancangan yang nantinya berpotensi untuk dibentuk menjadi versi asli hingga menjadi produk akhir yang dapat digunakan oleh *end user* (pengguna). Prototipe dapat dianggap sebagai sebuah draf sebelum rancangan aplikasi dapat dikatakan layak untuk dirilis dan diunduh oleh pengguna. Pembuatan prototipe digunakan sebagai gambaran awal untuk memahami dan melihat bagaimana sebuah desain aplikasi yang telah dirancang berjalan.

b. Usability Testing

Usability testing merupakan tahap pengujian kegunaan aplikasi tahap awal pada segmen target yang merupakan masyarakat Ultra Mikro, yang tujuannya untuk mendapatkan respon atau tanggapan dari segmen target serta mengetahui efektivitas dari penciptaan aplikasi belajar literasi keuangan oleh Divisi Bisnis Ultra Mikro. Hasil dari pengujian kegunaan Aplikasi KOMPLIT kemudian menjadi modal perbaikan pada pengembangan tampilan dan fungsi aplikasi yang telah dirancang pada tahap awal untuk menghasilkan aplikasi belajar keuangan terbaik bagi masyarakat Ultra Mikro.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis akan membahas mengenai hasil aktivitas marketing komunikasi Divisi Bisnis Ultra Mikro BRI dalam memberdayakan segmen usaha UMi melalui pengembangan tampilan aplikasi literasi keuangan sederhana atau karya yang telah dibuat dalam hal ketertarikan Masyarakat terhadap pembelajaran literasi keuangan,

persepsi Masyarakat terhadap komunikasi visual dalam Aplikasi KOMPLIT, dan aktivitas marketing komunikasi Divisi Bisnis Ultra Mikro dalam memberdayakan segmen UMi, yang diperhitungkan sebagai aspek-aspek yang berdampak pada penggunaan Aplikasi KOMPLIT sebagai media belajar literasi keuangan oleh segmen pengusaha Ultra Mikro dengan harapan ikut berkontribusi dalam menaikkan angka literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

Hasil pada pembahasan karya didapatkan dari sosialisasi mengenai ketersediaan rancangan Aplikasi KOMPLIT pada Sembilan orang Narasumber yang berlokasi usaha di daerah Johar Baru (pinggiran Jakarta – mewakili daerah suburban), Menteng Kecil (Kawasan elit daerah Jakarta – mewakili daerah urban), dan KBB – Kanal Banjir Barat Tomang (daerah pinggir kali Jakarta). Wawancara dilakukan dengan pengusaha Ultra Mikro Wanita di mana enam orang merupakan Nasabah BRI dan tiga orang lainnya bukan Nasabah BRI. Usaha yang digeluti oleh segmen target mayoritas bergerak di bidang makanan dan minuman.

- a. 3 dari 9 orang Narasumber tertarik terhadap pembelajaran keuangan, sedangkan 6 orang Narasumber tidak tertarik terhadap pembelajaran keuangan.
- b. Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi ketertarikan seseorang terhadap pembelajaran keuangan antara lain geografi, demografi usia, dan secara psikologi memiliki minat dalam menabung.
- c. Terdapat dimensi lain seperti sosial dan budaya yang memiliki potensi untuk dilakukan seperti tingkatan sosial, tingkat pendapatan, dan budaya masyarakat yang mempengaruhi individu untuk tertarik terhadap pembelajaran literasi keuangan. Kemudian dimensi-dimensi tersebut dapat diuraikan pengaruhnya terhadap kognisi, afeksi, dan konasi individu.
- d. 8 dari 9 orang Narasumber menyatakan bahwa mereka memahami penggunaan aplikasi di *smartphone*. Pembahasan terkait persepsi Masyarakat terhadap komunikasi berupa tampilan dan fitur aplikasi akan mengacu pada 8 orang yang memahami penggunaan aplikasi di *smartphone*. Sedangkan 1 orang Narasumber yang tersisa menyatakan tidak paham penggunaan *smartphone* beserta aplikasi di dalamnya sehingga diabaikan.
- e. 8 dari 9 orang Narasumber memiliki kesamaan persepsi kedelapan Narasumber dapat diartikan bahwa fitur dan tampilan Aplikasi KOMPLIT sederhana dan mudah untuk digunakan sehingga siap untuk diterapkan sebagai fitur dan tampilan aplikasi literasi keuangan.
- f. Pengembangan tampilan aplikasi literasi keuangan KOMPLIT berhasil dirancang secara sederhana dan mudah untuk dipahami.
- g. Divisi Bisnis Ultra Mikro BRI dalam memberdayakan segmenusaha Ultra Mikro melalui pengembangan tampilan aplikasi KOMPLIT membutuhkan upaya komunikasi agar khalayak calon pengguna aplikasi KOMPLIT memiliki minat dan ketertarikan yang cukup sehingga terjadinya keputusan penggunaan aplikasi yang ditawarkan. Aktivitas marketing komunikasi divisi bisnis Ultra Mikro BRI dapat berfokus pada sosialisasi aplikasi literasi keuangan KOMPLIT. Sosialisasi dibutuhkan atas dasar hasil wawancara yang memperoleh keterangan bahwa masyarakat tertarik untuk melakukan pembelajaran keuangan tetapi tidak tahu cara untuk memulainya. Sosialisasi divisi bisnis Ultra Mikro BRI dapat dilakukan untuk memberikan informasi terkait keberadaan aplikasi literasi keuangan KOMPLIT

III. KESIMPULAN

1. Kesimpulan dari karya akhir yang penulis buat yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka penulis berkesimpulan bahwa aktivitas marketing komunikasi Divisi Bisnis Ultra Mikro BRI melalui media sosial *WhatsApp* belum efektif karena pelaku usaha Ultra Mikro tidak memiliki waktu yang cukup untuk menggunakan alat komunikasi *smartphone* saat aktivitas berjualan. Bentuk aktivitas marketing komunikasi yang dapat diterapkan BRI adalah periklanan dan promosi yang berfokus pada peningkatan kesadaran pelaku usaha Ultra Mikro terhadap ketersediaan Aplikasi KOMPLIT sebagai media pembelajaran literasi keuangan.
- b. Penerapan komunikasi visual yang diterapkan dalam pengembangan aplikasi literasi keuangan KOMPLIT sudah dirancang secara sederhana dan mudah dipahami oleh pelaku usaha Ultra Mikro. Tampilan Aplikasi KOMPLIT yang sederhana dan mudah dipahami dinilai menarik dan memberikan motivasi kepada pelaku usaha Ultra Mikro.

REFERENSI

- Aji, R. 2016. Digitalisasi, Era Tantangan Media. *Islamic Communication Journal* Vol 1 No 1 Mei-Oktober. Semarang: UIN Walisongo
- Aristianto, A. 2018. Pemberdayaan Keluarga Lansia melalui Usaha Ekonomi Produktif oleh Bina Keluarga Lansia Ayah Bunda Ceria Kelurahan Tamanan Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam. Tulungagung: UIN SATU Tulungagung.
- Hamidah, Qotrunada Ratri *et. al.* 2019. *The Development of Small and Medium Business (MSMEs) Based on Technology to Deal with The Industrial Revolution 4.0*. 4th National Seminar on Educational Innovation (SNIP 2019). SHEs: Conference Series 2 (1) (2019) 345 – 349. Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Kemenkeu RI. 2020. Permenkeu RI No 193/PMK.05/2020 Tentang Pembiayaan Ultra Mikro Bab 1 Pasal 1 Ayat 5. Jakarta: Kementerian Keuangan
- Tambunan, T. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. ISBN 978-979-3330-98-3. Jakarta: LP3ES
- Aji, R. 2016. Digitalisasi, Era Tantangan Media. *Islamic Communication Journal* Vol 1 No 1 Mei-Oktober. Semarang: UIN Walisongo
- Aristianto, A. 2018. Pemberdayaan Keluarga Lansia melalui Usaha Ekonomi Produktif oleh Bina Keluarga Lansia Ayah Bunda Ceria Kelurahan Tamanan Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam. Tulungagung: UIN SATU Tulungagung.
- Hamidah, Qotrunada Ratri *et. al.* 2019. *The Development of Small and Medium Business (MSMEs) Based on Technology to Deal with The Industrial Revolution 4.0*. 4th National Seminar on Educational Innovation (SNIP 2019). SHEs: Conference Series 2 (1) (2019) 345 – 349. Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Kemenkeu RI. 2020. Permenkeu RI No 193/PMK.05/2020 Tentang Pembiayaan Ultra Mikro Bab 1 Pasal 1 Ayat 5. Jakarta: Kementerian Keuangan
- Ningrum, A. U. 2019. Aktivitas marketing komunikasi Humas PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional (DIVRE) III Palembang dalam Mempromosikan Kereta Kertalaya di Masyarakat. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang
- Tambunan, T. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. ISBN 978-979-3330-98-3. Jakarta: LP3ES
- Hakim, M. F., and S. Nurfebriani. 2021. “Analisis Strategi Pesan Kreatif Pada Instagram Ads Airas Pastry.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis* 6(April):204–12.
- Idcloudhost.com. 2020. “Mengenal Apa Itu Figma : Fitur, Fungsi, Cara Kerja / Menggunakannya.” *Id Cloud Host*. Retrieved (<https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-figma-fitur-fungsi-cara-kerja-menggunakannya/>).
- Cohen, M., & Nelson, C. 2011. *Financial Literacy: a Step for Clients towards Financial Inclusion*. Global Microcredit Summit, 14-17.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021-2025.” *Otoritas Jasa Keuangan* 130.
- Sugiarti, Evy Nur, Nur Diana, and M. Cholid Mawardi. 2019. “Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang.” *E-Jra* 8(4):90–104.
- Srirejeki, Kiki. 2016. “Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).” *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi* 7(1):57–68.