



## Socialization of Fintech and Product Branding for Bina Cipta High School Students

Dwi Maharani<sup>1\*</sup>, Dewi Sartika<sup>2</sup>, Desi Misnawati<sup>3</sup>, Sabeli Alya<sup>4</sup>, Afriyudi<sup>5</sup>  
Bina Darma University

**Corresponding Author:** Dwi Maharani [dwimharani@binadarma.ac.id](mailto:dwimharani@binadarma.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Fintech,  
Branding Product

*Received :* 10 November

*Revised :* 10 December

*Accepted:* 25 December

©2022 Maharani, Sartika, Misnawati, Alya, Afriyudi: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

The purpose of community service activities is to increase knowledge about fintech and product branding for Bina Cipta High School students. The method used socialization through planning, implementation and evaluation. Data collection techniques using a questionnaire. Quantitative data analysis. Subjects amounted to 30 people. The results of community service showed an 83% increase in knowledge about fintech and product branding for Bina Cipta High School students consisting of material 1) media socialization of healthy living among students, 2) fintech and opportunities, 3) product branding in the media, 4) fintech applications in Indonesia, 5) the concept of fintech.

---

## Sosialisasi Fintech dan Branding Product untuk Siswa SMA Bina Cipta

Dwi Maharani<sup>1\*</sup>, Dewi Sartika<sup>2</sup>, Desi Misnawati<sup>3</sup>, Sabeli Alya<sup>4</sup>, Afriyudi<sup>5</sup>  
Universitas Bina Darma

**Corresponding Author:** Dwi Maharani [dwimharani@binadarma.ac.id](mailto:dwimharani@binadarma.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Fintech,  
Branding Product

*Received :* 10 November

*Revised :* 10 Desember

*Accepted:* 25 Desember

©2022 Maharani, Sartika,  
Misnawati, Alya, Afriyudi: This is  
an open-access article distributed  
under the terms of the [Creative  
Commons Atribusi 4.0  
Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu meningkatkan pengetahuan tentang *fintech* dan *branding product* untuk siswa SMA Bina Cipta. Metode yang digunakan sosialisasi melalui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data kuantitatif. Subjek berjumlah 30 orang. Hasil pengabdian masyarakat adanya peningkatan 83% pengetahuan tentang *fintech* dan *branding product* untuk siswa SMA Bina Cipta yang terdiri dari materi 1) sosialisasi hidup sehat bermedia di kalangan siswa, 2) *fintech* dan peluang, 3) *branding product* di media, 4) aplikasi *fintech* di indonesia, 5) konsep *fintech*.

---

## PENDAHULUAN

Setiap individu harus memiliki kecerdasan serta skill untuk mengelola keuangan pribadinya. Dengan menerapkan cara pengelolaan keuangan yang benar, maka individu diharapkan bisa mendapatkan manfaat yang maksimal dari uang yang dimilikinya. Dalam rangka memperoleh kesejahteraan keuangan, individu perlu memiliki pengetahuan, sikap, dan implementasi seseorang dalam mengelola keuangan, yang lebih dikenal dengan literasi keuangan. Negara-negara maju seperti Amerika, Belanda, Swedia, Italia, Jepang, dan Selandia Baru (Lusardi, A & Mitchell, 2011: 9) juga gencar memberikan edukasi finansial kepada masyarakatnya khususnya bagi siswa sekolah dasar dan menengah.

Indonesia juga mulai memusatkan perhatian pada pentingnya literasi keuangan terlihat dari adanya Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (RPOJK) yang pada pasal 2 menyatakan PUJK wajib melaksanakan kegiatan edukasi keuangan dalam rangka meningkatkan literasi keuangan. OJK juga telah meluncurkan program Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLK). Pada dunia pendidikan, OJK juga telah bekerja sama dengan Kementerian pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) menyusun buku edukasi keuangan yang nantinya akan dipergunakan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai literasi keuangan. Terkhusus bagi guru, OJK memberikan kegiatan edukasi *Training of Trainers* (ToT) bertujuan agar guru sebagai pendidik dan fasilitator dapat menyampaikan pengetahuan keuangan sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan siswa. Pemahaman literasi keuangan sebaiknya diberikan sedini mungkin sehingga ketika sudah dewasa, individu paham mengelola keuangan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan. Siswa yang sudah memahami literasi keuangan akan terbiasa dengan pegendalian diri yang berdampak pada pengurangan perilaku konsumtif.

Teknologi menjadi jembatan antara kebutuhan dan keinginan pengguna untuk mengakses layanan keuangan, sebagai contoh melalui kebiasaan yang sering terlihat yaitu adanya belanja dalam jaringan yang menunjukkan kecenderungan masyarakat negara berkembang akan menambah konsumsi yang dipengaruhi kelas menengah yang tumbuh cepat dan jumlah populasi anak muda dengan perangkat mobile. (Arner, Barberis and Buckley, 2016). Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah pemegang *mobile cellular global* yang menunjukkan tren peningkatan (The World Bank, 2019c).

Keterbaharuan bahan pembelajaran berdasarkan isu-isu terbaru yang berkembang di masyarakat menjadi hal penting. Peningkatan pengetahuan siswa terkait hal tersebut menjadi keunggulan yang perlu difasilitasi sekolah. Pandemi Covid-19 telah merubah pola tatanan layanan keuangan dari konvensional menjadi digital dengan munculnya layanan *fintech*. Bagaimana konsep *fintech*, implementasi dan peluangnya merupakan pengetahuan yang baru untuk siswa. Hal ini perlu diberikan kepada siswa. Namun salah satu kendalanya adalah kurangnya pengetahuan guru tentang *fintech*.

Berdasarkan studi pendahuluan di SMA Bina Cipta diperoleh data antara lain: 1) metode pembelajaran berbasis siswa aktif, 2) perlunya inovasi keterbaharuan bahan pembelajaran berdasarkan isu-isu terbaru, 3) perlunya

perpustakaan *online*, 4) peningkatan kualitas SDM dan kinerja, 5) SMA Bina Cipta merupakan mitra Universitas Bina Darma dalam Tri Darma Perguruan Tinggi.

Berdasarkan analisis studi pendahuluan maka tim pengabdian masyarakat mengambil tema inovasi keterbaharuan bahan pembelajaran berdasarkan isu-isu terbaru dengan judul sosialisasi *fintech* dan *branding product* untuk siswa SMA Bina Cipta.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Financial Technology (Fintech)*

Dalam perspektif yang lebih luas, *fintech* diartikan sebagai industri yang terdiri dari organisasi/perusahaan yang memanfaatkan teknologi inovasi agar layanan keuangan dan penyampaian administrasi keuangan lebih produktif dan efisien (World Bank Group 2016). Bank Indonesia (2017) mendefinisikan *fintech* adalah fenomena kombinasi antara teknologi dan fitur keuangan dalam menciptakan produk maupun layanan pada sistem keuangan serta memberikan pengaruh terhadap kestabilan moneter dan kestabilan sistem keuangan. Sementara itu menurut (OJK 2016) dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 13/POJK.02/2018 memakai istilah "Inovasi Keuangan Digital" (IKD) sebagai pengertian *fintech*. Kedua regulasi/pedoman tersebut memiliki intisari yang sama dan mendefinisikan *fintech* sebagai bentuk inovasi yang berbagai macam jenisnya serta telah memberikan nilai tambah dalam sistem keuangan saat ini.

*Fintech* sebagai kombinasi dari kedua domain yang akan mengarahkan layanan keuangan inovatif untuk beralih dari pendekatan internal menjadi mengandalkan penyedia eksternal untuk memberikan solusi online dan seluler secara tepat waktu (Hung & Luo, 2016). Pemetakan *fintech* di Indonesia adalah implementasi pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan layanan per-bank dan keuangan, *fintech* memanfaatkan perangkat lunak baru, Internet, teknologi komunikasi dan komputasi seperti analisis prediktif, data besar, serta kecerdasan buatan (Iman, 2018a).

Dalam beberapa literatur terdapat beragam definisi tentang *Fintech*. Secara umum, *Fintech* merujuk kepada penggunaan sebuah teknologi untuk memberikan solusi atau alternatif keuangan yang menggambarkan suatu pengembangan keuangan teknologi sebagai proses yang berkelanjutan dimana keuangan dan teknologi tersebut telah berevolusi bersama dan mengarah pada berbagai inovasi inkremental dan mengganggu, seperti internet banking, pembayaran *mobile*, *crowdfunding*, pinjaman online atau *peer to peer lending*, identifikasi online, dan lainnya (Arner et al., 2015).

*Fintech* adalah sebuah inovasi pada industri *financial service* yang menggunakan pemanfaatan teknologi (Santoso, 2020: 50). *Fintech* atau *financial teknologi* lebih merujuk kepada istilah yang menunjukkan pada badan usaha yang menawarkan teknologi maju pada bidang keuangan. Konsep teknologi *financial* meliputi layanan keuangan berlandaskan sistem digital yang telah berkembang di Indonesia seperti digital banking, online *digital insurance*, *payment channel system to Peer* (P2P) maupun *crowd funding* merupakan adaptasi dari perkembangan teknologi yang menyandingkan antara sektor *financial*

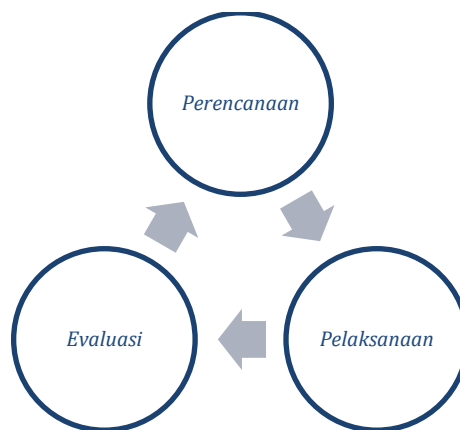
dengan kemajuan teknologi, sehingga kedepannya proses transaksi keuangan akan menjadi lebih canggih, mudah dan aman (Yudhira, 2021:14). Pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini *fintech* akan membahas tentang 1) *Fintech* dan Peluang, 2) Aplikasi *Fintech* di Indonesia, 3) Konsep *Fintech*.

### **Branding Product**

Pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini *branding product* akan membahas tentang 1) Sosialisasi Hidup Sehat Bermedia di Kalangan Siswa, 2) *branding product* di Media.

### **METODOLOGI**

Metode pengabdian masyarakat terdiri dari 1) perencanaan, 2) pelaksanaan, 3) evaluasi. Pengambilan data menggunakan kuesioner melalui 25 pertanyaan dengan analisis data kuantitatif. Hasil analisis berupa data persentase akan menunjukkan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan Pengabdian masyarakat dilaksanakan di SMA Bina Cipta berlangsung selama 3 hari. Subjek berjumlah 30 orang. Secara detail tahap dari kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Tahap Kegiatan Pengabdian Masyarakat

### **HASIL PENELITIAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Bina Cipta mendapatkan hasil sebagai berikut:

#### 1. Perencanaan

Tim pengabdian masyarakat melakukan perencanaan. Perencanaan dilaksanakan selama 2 hari. Secara detail kegiatan yang dilakukan antara lain: 1) pengajuan ijin pengabdian masyarakat ke sekolah SMA Bina Cipta, Palembang, 2) analisis kebutuhan melalui wawancara ke Kepala Sekolah SMA Bina Cipta, 3) menyiapkan kelengkapan materi/bahan sosialisasi.

#### 2. Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat berlangsung pada tanggal 14 desember 2022. Adapun materi yang disampaikan sebagai berikut:

Tabel. 1 Materi/Bahan

Tim Pengabdian Masyarakat	Materi / Bahan
Dwi Maharani	Sosialisasi Hidup Sehat Bermedia di Kalangan Siswa
Dewi Sartika	<i>Fintech</i> dan Peluang
Desi Misnawati	<i>Branding Product</i> di Media
Sabeli Alya	Aplikasi <i>Fintech</i> di Indonesia
Afriyudi	Konsep <i>Fintech</i>

Berdasarkan Tabel 1. Materi/Bahan memberikan gambaran materi yang disampaikan antara lain: 1) Sosialisasi Hidup Sehat Bermedia di Kalangan Siswa, 2) *Fintech* dan Peluang, 3) *Branding Product* di Media, 4) Aplikasi *Fintech* di Indonesia, 5) Konsep *Fintech*. Kegiatan pengabdian masyarakat memberikan dampak adanya peningkatan pengetahuan siswa tentang Sosialisasi *Fintech* dan *Branding Product* untuk Siswa SMA Bina Cipta.

### 3. Evaluasi

Evaluasi memberikan gambaran akan keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis data kuantitatif. Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan siswa di SMA Bina Cipta sebesar 83%. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan *fintech* dan *branding product* untuk siswa SMA Bina Cipta yang terdiri dari materi 1) sosialisasi hidup sehat bermedia di kalangan siswa, 2) *fintech* dan peluang, 3) *branding product* di media, 4) aplikasi *fintech* di indonesia, 5) konsep *fintech*.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

## PEMBAHASAN

Ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat dari hasil adanya peningkatan 83% pengetahuan *fintech* dan *branding product* untuk siswa SMA Bina Cipta yang terdiri dari materi 1) sosialisasi hidup sehat bermedia di kalangan siswa, 2) *fintech* dan peluang, 3) *branding product* di media, 4) aplikasi *fintech* di Indonesia, 5) konsep *fintech*. Harapannya kegiatan seperti ini berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pendidikan melalui isu-isu terbaru dalam dunia pendidikan.

Pembahasan sosialisasi hidup sehat bermedia di kalangan siswa memberikan pengetahuan akan pentingnya bijak dalam menggunakan media sehingga siswa mampu membedakan mana media yang memberikan pengaruh positif maupun negatif. Pembahasan *fintech* dan peluang memberikan pengetahuan akan pemanfaatan finansial teknologi dan berbagai peluang yang ada sehingga siswa mampu menganalisis berbagai hambatan, tantangan, peluang. Pembahasan tentang *branding product* di media memberikan pengetahuan akan pentingnya *branding product* untuk meningkatkan hasil penjualan sehingga meningkatkan keuntungan. Pembahasan aplikasi *fintech* di Indonesia memberikan pengetahuan tentang berbagai teknologi *fintech* yang populer di Indonesia. Pembahasan konsep *fintech* memberikan pengetahuan teori *fintech* dan implementasinya. Materi tersebut telah disampaikan selama kegiatan pengabdian masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat di SMA Bina Cipta mendapat dukungan dari Kepala Sekolah SMA Bina Cipta. Bersinergi bersama dengan Universitas Bina Darma. SMA Bina Cipta merupakan mitra dalam implementasi Tri Darma Perguruan Tinggi.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan pengabdian masyarakat yaitu adanya peningkatan pengetahuan 83% tentang *fintech* dan *branding product* untuk Siswa SMA Bina Cipta yang terdiri dari materi 1) Sosialisasi Hidup Sehat Bermedia di Kalangan Siswa, 2) *Fintech* dan Peluang, 3) *Branding Product* di Media, 4) Aplikasi *Fintech* di Indonesia, 5) Konsep *Fintech*.

## PENELITIAN LANJUTAN

Pengabdian masyarakat selanjutnya pada tema 1) iptek pembelajaran, 2) perpustakaan online, 3) perkembangan isu-isu terbaru dalam dunia Pendidikan untuk siswa dan guru, 4) konsep sekolah islam terpadu.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih, kami ucapkan kepada berbagai pihak (Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Bina Darma, Kepala Sekolah SMA Bina Cipta, Guru SMA Bina Cipta dan Siswa SMA Bina Cipta) yang telah membantu sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arner, Douglas W et al. (2016). *150 Years of FinTech: An Evolutionary Analysis*. JASSA The Finsia Journal of Applied Finance ISSUE 3 2016. Tersedia di <https://www.researchgate.net/publication/313364787>
- Hung, J. L., & Luo, B. (2016). FinTech in Taiwan: a case study of a Bank's strategic planning for an investment in a FinTech company. *Financial Innovation*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0037-6>
- Iman, N. (2018a). Assessing the dynamics of fintech in Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(4). [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(4\).2018.24](https://doi.org/10.21511/imfi.15(4).2018.24)
- Lusardi, A & Mitchell O. S. 2011. Financial Literacy Around The World: An Overview. NBER Working Paper Series. National Bureau of Economic Research.
- Santoso, B., & Edwin Zusrony. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) . *JURNAL TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI*, 11(1), 49-54. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v11i1.150>
- The World Bank. (2019). *Mobile Cellular Subscriptions*. Tersedia di: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.CEL.SETS> (diakses pada: 13 May 2019).
- Yudhira, A. (2021). Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *VALUE*, 1(2), 13-28. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.118>