

**IMPLEMENTASI *FINANCIAL LITERACY* DAN INVESTASI UNTUK  
MENINGKATKAN *INCOME* DI KAMPOENG SEMARANG MELALUI  
*SMART INVEST* : PAMERAN DAN UMKM**

Oleh :

<sup>1</sup> Nafisatuz Zahwa, <sup>2</sup> Debita Maulin Astuti, dan <sup>3</sup> Muhammad Ulil Azmi

<sup>1</sup> Perbankan Syariah, UIN Walisongo, Jl. Walisongo No.3-5 Semarang 50185

<sup>2</sup> Manajemen, UIN Walisongo, Jl. Walisongo No.3-5 Semarang 50185

<sup>3</sup> Manajemen, UIN Walisongo, Jl. Walisongo No.3-5 Semarang 50185

\*e-mail korespondensi: [kspmunikal@gmail.com](mailto:kspmunikal@gmail.com)

Diterima 8 Februari 2023, direvisi 27 Maret 2023, diterbitkan 28 April 2023

**ABSTRAK**

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), tetapi sejak adanya pandemi covid-19 pertumbuhan UMKM di Indonesia menurun, tentunya dengan adanya investasi perekonomian UMKM bisa menjadi meningkat. Salah satu UMKM yang menjadi daya tarik utama sekaligus menjadi pusat oleh-oleh terbesar di Kota Semarang yaitu Kampoeng Semarang. UMKM tersebut menjual berbagai produk kerajinan sekaligus makanan yang menjadi khasnya Kota Semarang. Namun, dalam perjalannya pelaku UMKM tersebut menghadapi permasalahan-permasalahan teknis yang disebabkan pengaruh adanya Covid-19 seperti pemasaran, sumberdaya manusia dan modal. Jika permasalahan di Kampoeng Semarang dibiarkan maka akan mempengaruhi kesuksesan serta keberlangsungan usaha dari para pelaku UMKM tersebut. Oleh karena itu, penulis akan memberikan edukasi melalui *Smart Invest* yaitu pameran digital investasi yang memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman literasi keuangan (*financial literacy*) tentang pemanfaatan teknologi digital melalui investasi khususnya di UMKM sektor kuliner Kampoeng Semarang Jawa Tengah. Ada beberapa pelaku UMKM yang masih belum paham mengenai investasi karena kurangnya edukasi mengenai pentingnya berinvestasi. Tujuan diadakannya pameran digital tersebut tentunya tidak hanya untuk memberikan pengetahuan dalam pemahaman keuangan dan investasi, melainkan juga untuk memahami mengenai penentuan keputusan keuangan yang efektif dan yang lebih penting guna menambah sumber penghasilan pelaku usaha sehingga dapat mempersiapkan kebutuhan masa depan. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif

- kualitatif dengan menggunakan data primer (wawancara, observasi) dan data sekunder (kepuustakaan, dokumenter).

**Kata Kunci :** *Financial Literacy*, Investasi, Pameran Digital Investasi, UMKM

## **1. Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara yang sering disebut sebagai macan asia. Hal tersebut didukung dengan perkembangan ekonomi Indonesia yang semakin maju. Khususnya pada perekonomian digital.<sup>1</sup> Namun terjadinya krisis ekonomi disaat pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat terasa untuk masyarakat Indonesia. Hal tersebut menjadikan penurunan penjualan secara drastis. Setelah pandemi berakhir, pemerintah berusaha untuk meningkatkan kembali perekonomian Indonesia melalui peran UMKM.

Dengan literasi keuangan masyarakat dapat memahami mengenai manfaat pentingnya berinvestasi melalui digital. Literasi keuangan berkaitan dengan memiliki pengetahuan produk dan konsep keuangan (*financial knowledge*), memiliki kemampuan dalam mengatur perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang (*financial attitude*) serta memiliki kemampuan mengambil keputusan pengelolaan keuangan (*financial behavior*). Investasi sebagai salah satu aktivitas keuangan, memerlukan pengetahuan dan kemampuan menilai tingkat pengembalian (*return*) dan risiko aset investasi.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Pertumbuhan-Ekonomi->

<sup>2</sup> Makkulau, A. R., & Astriwat. (2022). Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Kendari. *Mirai Management*, 61-81.

### **Rumusan Masalah**

Sesuai penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yakni, bagaimana implementasi financial literasi investasi untuk meningkatkan income di Kampoeng Semarang melalui smart investasi pameran dan UMKM ?

### **Tujuan Penelitian**

1. Guna ikut serta dalam Lomba Karya Tulis Ilmiah dalam rangka Capital Market Competition 2023 di Universitas Pekalongan
2. Memberikan gambaran tentang literasi investasi keuangan melalui smart investasi pada pameran dan UMKM daerah
3. Memberikan pengetahuan mengenai investasi untuk meningkatkan pemasukan pada usaha mikro kecil dan menengah

### **Manfaat Penelitian**

#### **Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan.

1. Bagi Perguruan Tinggi Ikut serta dalam mengimplementasikan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
2. Bagi Penulis Penulisan merupakan media untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang literasi keuangan investasi untuk meningkatkan pemasukan melalui smart investasi.

**Manfaat Praktis :**

1. Bagi akademisi, untuk memberikan sumbangan pemikiran dan pijakan penulisan karya ilmiah selanjutnya yang lebih komprehensif dan spesifik.
1. Bagi masyarakat umum, memberikan hasil analisis mengenai penerapan literasi keuangan investasi generasi muda khususnya masyarakat pekalongan.
2. Bagi pemerintah, karya tulis ini dapat bermanfaat sebagai pertimbangan untuk menentukan sebuah kebijakan berinvestasi sejak dini, khususnya untuk pelaku usaha

**2. Kajian Pustaka**

**2.1 *Financial Literacy* dan Investasi**

2.1.1 Definisi *Financial Literacy*

Definisi dari *financial literacy* atau literasi keuangan adalah sebuah kemampuan untuk memahami dan mengimplementasikan macam-macam keterampilan keuangan seperti manajemen penganggaran, manajemen dana pensiun, dan juga investasi untuk jangka panjang yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat akan pentingnya memahami ilmu tentang keuangan, agar para masyarakat tau dan faham betul mengenai pengeluaran dan pemasukan dari uang mereka.<sup>3</sup>

2.1.4 Definisi Investasi

---

<sup>3</sup> Pradhana, R. W. (2018). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, COGNITIVE BIAS, DAN EMOTIONAL BIAS. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 3*, 108-117 (Pontoh & Budiarso, 2020)

Akhir akhir ini investasi menjadi topik pembahasan yang cukup banyak diperbincangkan oleh khalayak masyarakat, dikarenakan pandemi yang melanda Indonesia 2 tahun silam bahkan hingga saat ini. Pengertian dari investasi sendiri adalah menanamkan modal ke sebuah instrument keuangan seperti saham, reksadana, obligasi dan lain sejenisnya dengan tujuan mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.

Tercatat bahwa pelaku investasi didominasi oleh masyarakat yang kaya atau golongan menengah ke atas, oleh karena itu penulis membuat makalah ini bertujuan supaya investasi dapat lebih di kenal dan dipraktikkan oleh masyarakat luas. Menurut data yang ada, masyarakat Indonesia memang masih minim literasi mengenai investasi ini, terbukti dengan pasar saham Indonesia yang di nilai masih sangat jauh kalah nilainya bila dibandingkan oleh pasar saham negara lain seperti Amerika dan lain-lain.

## **2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pada dasarnya UMKM berarti perusahaan atau usaha perorangan, kelompok, usaha kecil dan rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UKM sebagai basis utama sektor perekonomian masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kemandirian masyarakat, khususnya di bidang ekonomi.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Pontoh, W., & Budiarmo, N. S. (2020). Keputusan Investasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *The Studies of Social Science*, 27-30. (Makkulau & Astriwat, 2022)

### **3. Metode Penelitian**

#### 1.3 Jenis penelitian dan pendekatan penulisan

Penelitian mengenai literasi keuangan investasi ini dilakukan disalah satu kampung wisata yang bernama Kampoeng Semarang. Letaknya ada di Kaligawe Raya, Kota Semarang, Jawa Tengah. Selain melalui observasi ke kampung wisata tersebut, penelitian dilengkapi dengan pengetahuan-pengetahuan yang didapat dari jurnal, artikel ataupun data-data yang sebelumnya sudah ada. Penelitian ini dilakukan untuk meningkatkan pemasukan masyarakat Kampoeng Semarang melalui literasi keuangan investasi dengan smart investasi pada pameran dan UMKM.

Dengan kegiatan penelitian yang mendalam, yakni menggunakan penulisan deskriptif akan memperoleh data pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur yang menghasilkan data-data deskriptif, yang meliputi kata-kata tertulis atas objek penulisan yang sedang dilakukan yang didukung oleh studi literatur berdasarkan pengalaman kajian pustaka, baik berupa data penulisan maupun angka yang dapat dipahami dengan baik.

Untuk mendukung tulisan ini, penulis melakukan observasi serta kajian lebih dalam dengan cara mewawancarai mahasiswa yang berbagai daerah, atau narasumber setempat dan beberapa masyarakat. Dimana hal ini, diharapkan tulisan akan teruji kevalidanya tanpa bergantung penuh dengan data-data yang terdapat di buku maupun internet.

#### **Jenis Data dan Metode Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer yakni data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. Data Primer diperoleh dari observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder yakni, data yang didapatkan tidak secara langsung dari subjek atau objek penelitian. Data Sekunder diperoleh dari kepustakaan dan dokumenter.

#### **4. PEMBAHASAN**

##### **4.1 Mini Profil Kampoeng Semarang**



Kampoeng Semarang merupakan pusat oleh-oleh khas kota Semarang yang menyediakan berbagai macam oleh-oleh khas sekaligus souvenir, yang berlokasi di Jl. Kaligawe Raya no.96, Tambakrejo, Kec. Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah. Kampoeng Semarang menjadi satu-satunya pusat oleh-oleh serta kerajinan terbesar dan terlengkap di kota Semarang. Diresmikan oleh Gubernur Jawa Tengah pada Mei 2012 dan menjadi “*One Stop Shopping & Leisure*” yang terkenal di Semarang. Dibangun di atas tanah seluas 4000m<sup>2</sup> sekaligus dekat dengan Bandara Internasional Ahmad Yani dan Pelabuhan Tanjung Mas, sehingga lokasi pusat oleh-oleh ini sangat strategis dan mudah dijangkau.

##### **4.2 Konsep Penerapan *Financial Literacy* dan Investasi melalui Pameran Digital Investasi di Kampoeng Semarang**

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu sangat berpengaruh terhadap sektor keuangan. Munculnya pandemi Covid-19 juga turut mempengaruhi perekonomian masyarakat sekaligus mempercepat arus pertumbuhan ekonomi digital. Derasnya arus ekonomi digital telah memudahkan orang untuk menjadi korban penipuan keuangan karena kurangnya kesadaran pada masyarakat untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas. Untuk itu, kami mempunyai suatu ide yaitu penerapan *financial literacy* dan investasi melalui pameran digital guna terhindar dari inflasi dan membantu membangun kesejahteraan khususnya UMKM Kampoeng Semarang yang mengalami penurunan dalam sektor keuangan. Dengan mengenalkan *Financial Literacy* dan Investasi Melalui Pameran Digital Investasi akan membantu pelaku UMKM Kampoeng Semarang dalam memahami mengenai penentuan keputusan keuangan yang cerdas dan investasi menjadi salah satu penentuan yang tepat untuk menambah sumber penghasilan, menambah modal usaha, sehingga dapat mempersiapkan kebutuhan masa depan. Berikut prinsip-prinsip yang harus diterapkan agar penerapan Implementasi *Financial Literacy* dan Investasi Melalui Pameran Digital Investasi di Kampoeng Semarang dapat dilaksanakan secara maksimal :

1. Prinsip Interaksi

Prinsip Interaksi merupakan prinsip yang akan mempermudah pengunjung atau pelaku UMKM dalam berkomunikasi langsung kepada penyelenggara dalam memahami pengetahuan literasi keuangan (*financial literacy*) dan pelatihan penggunaan investasi.

2. Prinsip Investasi di Era Digital



Dengan berinvestasi masyarakat bisa menanamkan asset atau dana untuk memperoleh timbal balik yang lebih besar di masa mendatang. Perkembangan teknologi di era digital juga sangat berpengaruh bagi investasi dan pasar modal.

### 3. Prinsip Literasi Keuangan

Perkembangan arus digital yang begitu cepat membuat orang mudah mengalami penipuan keuangan. Maka dari itu perlu adanya kesadaran dalam mengambil keputusan keuangan. Literasi keuangan memberikan manfaat yang sangat besar bagi sektor jasa keuangan maupun masyarakat.

## **4.3 Konsep Kerjasama dan Strategi Dalam pelaksanaan Pameran Digital Investasi**

Dalam rangka mencapai kesuksesan konsep pameran digital investasi diperlukan adanya beberapa strategi, salah satunya yaitu melakukan kerja sama dengan beberapa pihak terkait. Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) UIN Walisongo dan pemilik pusat oleh-oleh Kampoeng Semarang pada mulanya akan bertemu untuk melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pembahasan mengenai pelaksanaan Implementasi *Financial Literacy* dan Investasi dalam Pameran Digital Investasi yang akan dilaksanakan bersama pelaku UMKM yang ada di Kampoeng Semarang, dengan tujuan guna meningkatkan pemahaman tentang penggunaan Investasi untuk mengembangkan perekonomian pada masing-masing pelaku UMKM Kampoeng Semarang.

Setelah nantinya dilaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD) antar KSPM dan pemilik pusat oleh-oleh Kampoeng Semarang, selanjutnya susunan kepanitiaian

yang terdapat beberapa kegiatan seperti pengetahuan, pelatihan, penggunaan dan pengawasan yang akan dilakukan oleh KSPM UIN Walisongo selama dua bulan enam kali pertemuan dalam pameran digital investasi di Kampoeng Semarang. Agar rencana implementasi literasi keuangan (*financial literacy*) dan investasi dalam pameran digital investasi ini terlaksana sesuai harapan, maka dibutuhkan konsep pameran yang menarik bagi pelaku UMKM hingga pengunjung.

Pameran digital investasi ini tidak hanya melakukan implementasi pengetahuan saja melainkan pelatihan dalam berinvestasi yang akan dilakukan oleh panitia pelaksanaan pameran digital investasi untuk pemilik pusat oleh-oleh Kampoeng Semarang dan para pelaku produk UMKM ditempat tersebut. Peneliti juga memberikan kesempatan dan ruang bagi pengunjung untuk bisa mendapat pengetahuan mengenai literasi keuangan (*financial literacy*) dan investasi di pameran digital investasi.

Dalam pelaksanaan pameran digital investasi ini, peneliti menggunakan empat formula untuk meningkatkan minat para pelaku UMKM di Kampoeng Semarang dalam berinvestasi, empat formula tersebut yaitu formula UIS (*Understanding, Investment Use dan Success*). Berikut merupakan penjelasan mengenai penerapan keempat formula tersebut dalam pameran digital investasi

1. *Understanding*

Konsep *understanding* merupakan suatu kemampuan seseorang untuk menangkap bahan yang dipelajari dari yang disajikan.

2. *Investment Use*

Konsep *in vestment use* artinya penggunaan investasi yang merupakan suatu proses, cara memakai sesuatu atau pemakaian dalam berinvestasi dalam pemanfaatan teknologi.

### 3. Success

Dalam tahapan ini orang yang berinvestasi dapat memberikan testimoni kepada orang yang ingin mulai berinvestasi agar pemula bisa memahami bagaimana cara berinvestasi.

Rencana pelaksanaan pameran digital investasi ini akan dilaksanakan pada tahun baru. Peneliti mengambil waktu pelaksanaan tahun baru dikarenakan banyaknya masyarakat yang mengunjungi pusat oleh-oleh untuk membeli hadiah maupun menjadi tempat wisata pada libur tahun baru. Konsep pameran digital investasi ini akan dibuat semenarik mungkin agar pengunjung akan datang di stand pameran digital investasi.

Tujuan dilaksanakan pameran digital investasi ini tidak hanya memberi pengetahuan tentang literasi keuangan (*financial literacy*) dan investasi saja, tetapi juga melatih bagaimana cara berinvestasi dengan benar sehingga bisa meningkatkan perekonomian. Diharapkan Pameran Digital Investasi dapat dilaksanakan pada tempat-tempat lainnya yang belum mengetahui tentang investasi.

#### **4.4 Analisis SWOT**

Analisis ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi terlebih dahulu faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal. Hasil dari analisis swot akan menggambarkan dan memperlihatkan startegi-strategi yang tepat dalam pameran digital investasi untuk mengatasi dan mengelola kelemahan serta

ancaman yang datang dari pihak eksternal dengan tujuan mensukseskan pameran digital investasi.

Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Faktor internal

a. *Strengths* (kekuatan)

- Pameran digital investasi ini tidak hanya mengenalkan investasi tetapi juga melatih bagaimana cara berinvestasi dan pengetahuan mengenai literasi keuangan (*financial literacy*).
- Pameran digital investasi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian UMKM Kampoeng Semarang dengan berinvestasi dan dapat menggunakan keuangan dengan baik dari pemahaman literasi keuangan (*financial literacy*) yang akan diberikan.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

- Banyak masyarakat yang belum mempercayai investasi

2. Faktor eksternal

a. *Opportunities* (Kesempatan)

- Meningkatkan perekonomian pelaku UMKM Kampoeng Semarang dan pengunjung dengan Kerjasama antara KSPM UIN Walisongo dengan pemilik Kampoeng Semarang.
- Turut meningkatkan investor di Indonesia

b. *Threats* (Ancaman)

- Minimnya wawasan UMKM Kampoeng Semarang dan pengunjung mengenai investasi.

## **5. Penutup**

### **5.1 Simpulan**

Investasi merupakan aktivitas yang dilakukan untuk menanam uang atau modal (asset berharga) untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan *financial literacy* yaitu kemampuan dalam memahami dan menerapkan berbagai keterampilan keuangan. Dengan pemahaman investasi dan *financial literacy* akan banyak manfaat yang didapatkan, salah satunya dari segi keuangan pelaku UMKM Kampoeng Semarang yang akan semakin meningkat.

### **5.2 Saran**

Dengan implementasi *financial literacy* dan investasi melalui pameran digital tidak hanya diterapkan pada diri sendiri tetapi juga dapat diajarkan kepada orang lain.

## **6. Daftar Pustaka**

Makkulau, A. R., & Astriwat. (2022). Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Kendari. *Mirai Management*, 61-81.

Pontoh, W., & Budiarmo, N. S. (2020). Keputusan Investasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *The Studies of Social Science*, 27-30.

Pradhana, R. W. (2018). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, COGNITIVE BIAS, DAN EMOTIONAL BIAS. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 3*, 108-117.

<https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Pertumbuhan-Ekonomi->