

## **PEMBERDAYAAN FUNGSI AKUNTANSI DALAM MENDUKUNG LITERASI KEUANGAN, TRANSPARANSI INFORMASI, DAN PENGUATAN BRANDING PT. BPR SADANA UTAMA BALI**

**RR. Maria Yulia Dwi Rengganis<sup>1\*</sup>, Ida Ayu Agung Wedayanti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*email:* [mariayuliadwi@unmas.ac.id](mailto:mariayuliadwi@unmas.ac.id)

### **ABSTRAK**

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berperan penting dalam menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat, namun pemanfaatannya masih belum optimal akibat rendahnya literasi keuangan dan terbatasnya strategi komunikasi berbasis transparansi. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di BPR Sadana dengan tujuan meningkatkan literasi dan inklusi keuangan serta memperkuat branding lembaga melalui penyajian informasi kinerja yang sederhana, kreatif, dan mudah dipahami publik. Kegiatan utama meliputi penyusunan modul edukasi singkat, brosur, dan pamflet tentang produk BPR; pengemasan data kinerja keuangan dalam bentuk infografis, video singkat, dan laporan ringkas publik; serta optimalisasi media sosial dengan kalender konten bertema literasi keuangan dan kisah sukses nasabah. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap layanan BPR, tumbuhnya kepercayaan publik melalui transparansi informasi, serta meningkatnya interaksi digital yang memperkuat citra positif BPR Sadana. Dengan demikian, program ini berkontribusi nyata dalam mendorong pemanfaatan layanan keuangan formal, memperluas jangkauan edukasi, dan mendukung keberlanjutan pertumbuhan BPR di tingkat lokal.

**Kata Kunci:** Literasi keuangan, Inklusi keuangan, Branding, Transparansi informasi

### **ANALISIS SITUASI**

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat, terutama dalam bentuk simpanan, kredit, dan produk perbankan lainnya yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Meski demikian, berdasarkan observasi awal, pemanfaatan layanan BPR Sadana oleh masyarakat belum sepenuhnya optimal. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya tingkat literasi dan inklusi keuangan, di mana sebagian masyarakat masih kurang memahami fungsi, manfaat, dan mekanisme produk-produk BPR Sadana.

Selain itu, strategi komunikasi dan promosi yang dilakukan BPR Sadana belum sepenuhnya berbasis transparansi informasi keuangan. Informasi penting seperti perkembangan kredit, pertumbuhan dana pihak ketiga, maupun indikator kesehatan bank belum dikemas menjadi materi publikasi yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Akibatnya, tingkat kepercayaan publik belum mencapai potensi maksimal, dan eksposur positif terhadap kinerja BPR Sadana masih terbatas.

Menanggapi permasalahan tersebut, program pengabdian masyarakat dirancang

untuk memberikan kontribusi nyata melalui tiga fokus utama. Pertama, menyusun materi edukasi singkat mengenai produk dan layanan BPR Sadana dalam bahasa yang mudah dipahami masyarakat, termasuk dalam bentuk modul, brosur, atau pamflet. Kedua, membantu penguatan strategi branding dan promosi dengan mengemas informasi kinerja keuangan menjadi konten edukatif seperti infografis, video pendek, dan laporan ringkas versi publik. Ketiga, mendukung BPR Sadana dalam mengelola serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana publikasi dan edukasi yang berkelanjutan.

Dengan pelaksanaan program ini, diharapkan BPR Sadana dapat meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat, memperluas jangkauan layanan, memperkuat transparansi informasi, serta membangun citra positif di mata publik.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi awal, pemanfaatan layanan BPR Sadana oleh masyarakat belum sepenuhnya optimal. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat literasi dan inklusi keuangan yang masih rendah, di mana sebagian masyarakat belum memahami secara jelas manfaat, fungsi, maupun prosedur dari produk-produk BPR Sadana seperti tabungan, kredit, dan deposito. Kondisi ini membuat kelompok tertentu di masyarakat lebih cenderung mengandalkan layanan keuangan informal dibandingkan memanfaatkan fasilitas perbankan yang lebih aman dan terjamin.

Selain itu, strategi komunikasi dan promosi di BPR Sadana masih memiliki keterbatasan, terutama dalam aspek transparansi informasi keuangan. Penyajian kinerja BPR, seperti data pertumbuhan kredit, penghimpunan dana pihak ketiga, maupun rasio kredit bermasalah (NPL), sebagian besar masih dituangkan dalam laporan internal yang sulit dipahami oleh masyarakat awam. Minimnya format penyampaian informasi yang sederhana dan mudah diakses dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik, sekaligus mengurangi kesempatan BPR Sadana untuk menonjolkan pencapaian dan manfaat layanan yang telah diberikan kepada nasabah.

Dari sisi pengelolaan media sosial, BPR Sadana sebenarnya sudah memiliki kanal komunikasi digital, namun pemanfaatannya belum dioptimalkan secara berkelanjutan. Konten yang dipublikasikan masih bersifat sporadis dan belum dirancang dalam kerangka strategi branding yang konsisten. Padahal, keberadaan media sosial memiliki potensi besar untuk mendukung citra positif BPR Sadana, memperkuat kepercayaan masyarakat, memberikan edukasi literasi keuangan, serta memperluas jangkauan promosi kepada segmen pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penguatan strategi branding digital berbasis transparansi informasi keuangan menjadi salah satu kebutuhan mendesak bagi BPR Sadana agar mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan layanan ke depannya.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di BPR, dirumuskan beberapa solusi untuk menjawab permasalahan yang ada. Solusi pertama adalah penyusunan materi

edukasi literasi dan inklusi keuangan. Menyusun modul edukasi singkat tentang produk dan layanan BPR Sadana (tabungan, kredit, deposito, dll.) dalam bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat. Materi ini akan dilengkapi dengan brosur atau pamflet edukatif yang menekankan pentingnya memanfaatkan layanan keuangan formal. Solusi kedua adalah penguatan strategi branding dan promosi berbasis akuntabilitas informasi keuangan. Mengemas informasi kinerja BPR Sadana, seperti pertumbuhan kredit, dana pihak ketiga, dan NPL, menjadi konten kreatif berbentuk infografis atau video pendek yang mudah dipahami publik. Membantu BPR Sadana mengelola media sosial secara terstruktur untuk publikasi edukasi keuangan dan promosi layanan. Selain itu, membuat laporan ringkas bulanan versi publik (public summary report) sebagai bentuk transparansi, serta menyusun kalender konten media sosial bertema literasi keuangan dan kisah sukses nasabah.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat di BPR dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari observasi awal untuk mengamati strategi komunikasi, materi promosi, serta penyajian informasi keuangan yang sudah ada, kemudian dilanjutkan dengan koordinasi bersama pimpinan dan staf guna mengidentifikasi kebutuhan dalam penyusunan materi edukasi literasi keuangan dan promosi berbasis transparansi. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan program kerja, yang meliputi penyusunan materi edukasi literasi dan inklusi keuangan serta penguatan strategi branding dan promosi berbasis akuntabilitas informasi keuangan. Terakhir, dilakukan evaluasi efektivitas melalui umpan balik dari staf dan masyarakat

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di BPR Sadana berjalan lancar dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi keuangan masyarakat, transparansi informasi, serta kemampuan staf dalam mengelola strategi branding lembaga keuangan. Berikut adalah pembahasan hasil pelaksanaan masing-masing program kerja:

Program kerja pertama adalah Penyusunan Materi Edukasi Literasi dan Inklusi Keuangan. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk-produk BPR Sadana dan pentingnya memanfaatkan layanan keuangan secara bijak. Modul edukasi disusun dengan bahasa yang sederhana, dilengkapi contoh nyata penggunaan produk seperti tabungan, kredit, dan deposito.



Gambar 1. Penyusunan Materi Inklusi Keuangan



Gambar 2. Penyusunan Materi Edukasi Literasi

Program kerja kedua adalah Penguatan Strategi Branding dan Promosi Berbasis Akuntabilitas Informasi Keuangan. Program ini bertujuan untuk memperkuat citra BPR Sadana sebagai lembaga keuangan yang transparan dan profesional melalui penyajian data kinerja dalam format yang mudah dipahami publik. Informasi seperti pertumbuhan kredit, dana pihak ketiga, dan rasio kredit bermasalah dikemas dalam bentuk infografis dan video singkat, kemudian dipublikasikan melalui media sosial. Selain itu, dibuat kalender konten digital yang berisi tema edukasi keuangan, keberhasilan nasabah, serta tips pengelolaan keuangan. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan interaksi dan engagement di media sosial BPR Sadana, sekaligus menumbuhkan kepercayaan masyarakat melalui transparansi data.



Gambar 3. Public Summary Report



Gambar 4. Brosur Modul Inklusi



Gambar 5. Kalender Konten

Secara keseluruhan, kedua program kerja ini berkontribusi pada terciptanya hubungan yang lebih erat antara BPR Sadana dan masyarakat. Peningkatan literasi keuangan membuat masyarakat lebih siap memanfaatkan layanan keuangan secara optimal, sementara transparansi informasi membantu memperkuat kepercayaan publik dan mendukung pertumbuhan bisnis BPR Sadana secara berkelanjutan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat di BPR Sadana telah berjalan sesuai rencana dan mencapai seluruh target yang telah ditetapkan. Program utama yang mencakup penyusunan materi edukasi literasi dan inklusi keuangan serta penguatan strategi branding dan promosi berbasis akuntabilitas informasi keuangan mendapat respons positif dari pihak manajemen, karyawan, maupun masyarakat.

Kegiatan literasi keuangan membantu masyarakat memahami manfaat layanan keuangan BPR dan mendorong pemanfaatan produk secara optimal. Sementara itu, strategi branding berbasis data dan transparansi informasi berhasil memperkuat citra BPR Sadana sebagai lembaga keuangan yang terbuka, profesional, dan dapat dipercaya. Secara keseluruhan, pelaksanaan program ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pemahaman keuangan masyarakat, kepercayaan publik, dan eksposur positif BPR Sadana di ruang publik.

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, disarankan agar literasi keuangan dilakukan rutin melalui tatap muka maupun digital, konten edukasi dan promosi diperbarui sesuai tren, serta transparansi informasi keuangan BPR Sadana tetap dijaga dengan penyajian data yang ringkas dan konsisten. Pemanfaatan media sosial juga perlu dioptimalkan dengan variasi konten seperti testimoni, tips, dan kisah sukses, sementara evaluasi berkala penting untuk memastikan strategi literasi dan branding tetap relevan dan menarik bagi masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asosiasi BPR Indonesia. (2021). *Laporan Perkembangan Bank Perkreditan Rakyat di Indonesia*. Jakarta: Perbarindo.
- Darmawan, A., & Indriani, M. (2020). Transparansi laporan keuangan dan kepercayaan publik pada BPR. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 12(2), 45–56.
- Lestari, D. (2019). Pengelolaan administrasi keuangan pada lembaga perbankan mikro. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 9(1), 77–86.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Statistik Perbankan Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Putri, R., & Nugroho, B. (2022). Strategi branding dan media sosial untuk meningkatkan literasi keuangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(1), 23–34.