

PELATIHAN PERENCANAAN KEUANGAN KELUARGA DAN PENGENALAN *ONLINE MARKETPLACE*: PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DESA PAKISTAJI KECAMATAN KABAT KABUPATEN BANYUWANGI

Ria Triwastuti¹⁾, Yossy Imam Candika²⁾, Damar Kristanto³⁾

¹⁾ Dosen Jurusan Administrasi Perkantoran Universitas Airlangga, Surabaya

²⁾ Dosen Jurusan Manajemen Perbankan Universitas Airlangga, Surabaya

³⁾ Dosen Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Airlangga, Surabaya

ABSTRACT

Community service to the societies reside in Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi is conducted to achieve two main purposes: (1) improve the knowledge of the societies to implement family financial management in order to support the financial management of their micro enterprise (if any); (2) provide an overview to the societies about the industrial revolution 4.0 as well as introducing online marketplace to develop their micro enterprise (if any) or open up new potential business idea. This program contributes to initiate multi-actors synergy to possibly increase the welfare of societies in the future through sustainable program. The program was implemented in 2 phases: introduction phase and implementation phase within two months. After the completion of this program, it is noticed that there is an improvement in societies' knowledge regarding the topic covered in the training program.

Keywords: *small and micro enterprises, family financial management, online marketplace*

1. PENDAHULUAN

Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi adalah sebuah desa yang memiliki potensi yang sangat besar. Salah satu potensi tersebut adalah banyaknya kebun kelapa deres yang tersebar di sebagian besar wilayah desa. Dengan keberadaan perkebunan yang luas di wilayah desa tersebut, banyak masyarakat Desa Kabat bermatapencarian sebagai produsen gula kelapa, baik gula kelapa cetak maupun gula kelapa serbuk atau sering disebut gula semut.

Gula Kelapa Semut (GKS) memiliki nilai ekonomi lebih tinggi jika dibandingkan dengan gula kelapa cetak karena harga pasarnya yang lebih tinggi. Pada tahun 2017, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi telah mengadakan pembinaan dan keterampilan kerja bagi masyarakat di Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi berupa pelatihan teknis untuk memproduksi Gula Semut [1]. Pelatihan yang ditujukan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat setempat. Salah satu desa yang mendapatkan pelatihan ini adalah Desa Pakistaji, yang merupakan desa tempat produksi GKS yang cukup besar di Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi.

Selain GKS, potensi usaha gula kelapa cetak juga tidak bisa dikesampingkan. Dengan peralatan dan proses produksi yang lebih singkat dan sederhana, produk gula kelapa cetak lebih memungkinkan untuk diproduksi oleh masyarakat yang lebih luas. Hal ini membuat jumlah produsen gula kelapa cetak lebih banyak dibandingkan jumlah produsen GKS. Namun demikian, sebagaimana dialami oleh UMKM pada umumnya, potensi yang sangat besar ini belum memberikan dampak kesejahteraan masyarakat setempat dengan maksimal [2]. Hal ini karena pelatihan yang dilakukan selama ini masih berkonsentrasi untuk produksi tanpa dilengkapi pelatihan yang cukup dari aspek keterampilan manajerial sederhana yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di wilayah ini.

Salah satu kekurangan usaha skala rumah tangga atau UMKM adalah pengelolaan keuangan usaha yang tidak dipisahkan dengan pengelolaan keuangan pribadi. Para pelaku UMKM belum memiliki catatan keuangan yang rapi yang dapat digunakan sebagai acuan monitoring arus kas masuk dan keluar. Akibatnya, arus kas masuk yang seharusnya dapat digunakan untuk pengembangan usaha, justru habis terpakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah menyediakan modul Perencanaan Keuangan Keluarga yang cukup mudah

¹ Korespondensi penulis: Ria Triwastuti, Telp. 085648712605, ria-triwastuti@vokasi.unair.ac.id

dipahami oleh masyarakat dengan berbagai tingkat pendidikan [3]. Dengan menerapkan panduan perencanaan keuangan keluarga ini, diharapkan masyarakat dapat membuat prioritas pengeluaran, pencatatan yang sistematis dan membuat penganggaran sesuai dengan proporsi penghasilan dan pengeluaran keluarga. Hal ini dapat membantu membuat pengelolaan keuangan usaha dan pribadi dapat berjalan beriringan.

Selain permasalahan pengelolaan keuangan, pelaku UMKM di wilayah ini juga cenderung bergantung kepada tengkulak yang berperan sebagai pihak yang menjembatani antara produsen dengan konsumen akhir baik konsumen lokal ataupun internasional. Tengkulak atau pengepul adalah produsen dengan skala lebih besar ataupun perusahaan eksportir. Hal positif dari adanya pengepul ini adalah kepastian bahwa produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM pasti akan terjual dengan cepat. Namun di sisi lain, adanya *supply chain* ini mengakibatkan ketergantungan produsen terhadap pengepul. Produsen menjadi sangat mengandalkan bahkan menggantungkan proses pemasaran dan penjualan dari produk kepada pengepul. Seringkali, pengepul melakukan pelabelan dan *branding* untuk meningkatkan nilai jualnya, atau dijual dengan skala besar ke luar negeri.

Dengan demikian, harga yang diterima produsen terbilang murah, padahal harga jual setelah melalui perusahaan perantara sudah jauh lebih tinggi. Produsen yang memberikan *brand* pada produknya dapat menaikkan harga produk-produk UMKM di Desa Pakistaji di pasar lokal dan/atau internasional. Jika pelaku UMKM ini dapat mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan, maka diharapkan dapat meningkatkan produktifitas dan kesejahteraan masyarakat Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi.

Salah satu cara yang dapat ditempuh agar pelaku UMKM bisa keluar dari ketergantungan dengan tengkulak adalah upaya untuk menjangkau sendiri konsumen akhirnya tanpa melalui perantara tengkulak. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi di era industri 4.0. *Online Marketplace* untuk pelaku UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Pelaku UMKM yang kebanyakan adalah masyarakat dengan literasi teknologi yang rendah masih perlu mendapatkan pendampingan untuk dapat menjalankan usaha melalui *platform Online Marketplace*.

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat Kabupaten Banyuwangi ini menyasar masyarakat desa pada umumnya dan khususnya pelaku UMKM di wilayah ini. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah sebagai berikut: (1) meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi untuk menerapkan perencanaan keuangan keluarga yang baik agar mendukung dan meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha yang dimiliki; (2) membuka wawasan masyarakat setempat tentang perkembangan revolusi industri 4.0 dan mengenalkan *online marketplace* untuk meningkatkan usaha yang dimiliki atau membuka peluang usaha baru.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pengabdian kepada masyarakat di Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi dilakukan dua tahap. Pertama adalah tahap pendahuluan yang dilaksanakan pada tanggal 12 September 2019. Pada tahap ini, dilakukan diskusi, koordinasi dengan pihak-pihak terkait serta perencanaan pelaksanaan kegiatan tahap selanjutnya. Pada tahap pendahuluan, diskusi dan koordinasi melibatkan berbagai pihak, yaitu Pamong Desa Pakistaji, Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana, Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi dan akademisi dari Universitas Airlangga. Selanjutnya, perwakilan dari berbagai institusi ini berdialog langsung dengan masyarakat Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi, khususnya yang bermukim di wilayah Dukuh Summersari. Masyarakat yang berpartisipasi dalam diskusi tahap awal ini terdiri dari berbagai latar belakang, baik latar belakang pendidikan maupun pekerjaan. Kebanyakan dari warga desa yang ikut adalah petani, produsen gula kelapa, penderas nira, dan ibu rumah tangga. Dari hasil tahap pendahuluan ini dilengkapi pengumpulan informasi sekunder yang dilakukan sebelumnya, maka

diketahui bahwa pelatihan yang dibutuhkan oleh masyarakat Desa Pakistaji adalah pelatihan perencanaan keuangan keluarga dan pengenalan *online marketplace* yang ada di Indonesia.

Tahap ke dua adalah tahap pelaksanaan program yang dilaksanakan satu bulan setelah tahap pendahuluan yaitu pada tanggal 10 Oktober 2019. Pada tahap ini, kegiatan masih melibatkan beberapa instansi yang sama dengan tahap pendahuluan, yaitu Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana, Dinas Pertanian Kabupaten Banyuwangi dan akademisi dari Universitas Airlangga sebagai tim yang akan memberikan materi tentang perencanaan keuangan keluarga dan pengenalan *online marketplace*. Kegiatan inti ini dilakukan di salah satu rumah warga sesuai kesepakatan di tahap pendahuluan, yang beralamat di Dukuh Sumber Sari, Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi. Materi pertama tentang perencanaan keuangan keluarga disampaikan pada pukul 09.00 hingga pukul 10.30. Sebelum dan setelah materi pertama dilaksanakan, peserta diminta untuk mengerjakan tes sederhana (*pre test* dan *post test*). Selanjutnya, materi tentang pengenalan *online marketplace* disampaikan pukul 10.30 sampai pukul 12.00. Pada materi ini peserta diminta untuk mengisi kuesioner singkat terkait *online marketplace*. Acara dihadiri oleh total 30 masyarakat dengan berbagai latar belakang. Masyarakat yang hadir sebagian besar adalah perempuan dengan rentang usia 25 - 50 tahun, dengan tingkat pendidikan mulai SD sampai SMA. Latar belakang pekerjaan peserta bervariasi mulai dari ibu rumah tangga, petani, hingga pemilik usaha dengan skala rumah tangga. Adapula sebagian pelaku UMKM yang menjalankan usaha keluarga dengan memproduksi gula kelapa batok yang nantinya akan diproses menjadi Gula Kelapa Semut (GKS).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Perencanaan Keuangan Keluarga

Materi pelatihan perencanaan keuangan keluarga difokuskan pada pelatihan untuk menentukan prioritas pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan keluarga, pencatatan yang sistematis termasuk pemisahan pencatatan pengelolaan keuangan pribadi dengan keuangan usaha (jika ada), pemberian pemahaman tentang dana darurat, tabungan, jumlah cicilan yang ideal serta utang yang aman dan produktif.

Dari total 30 peserta yang hadir dalam tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat, hanya 19 peserta yang mengerjakan *pre test* dan *post test* secara lengkap untuk materi pelatihan perencanaan keuangan keluarga. Berikut adalah rekap kuesioner singkat sebelum dilaksanakan *pre test* dan *post test* untuk materi perencanaan keuangan keluarga.

Tabel 1. Pengetahuan peserta tentang perencanaan keuangan keluarga

Apakah Anda mengetahui tentang pengelolaan keuangan keluarga?	
Respon	Jumlah
Ya	10
Tidak	8
Kosong	1
Tidak Mengisi Kuesioner	11
Apakah Anda memisahkan pengelolaan keuangan usaha dan keuangan pribadi?	
Respon	Jumlah
Ya	11
Tidak	8
Kosong	0
Tidak Mengisi Kuesioner	11
Apakah Anda selalu mencatat pengeluaran setiap	

bulan?	
Respon	Jumlah
Ya	2
Tidak	15
Kosong	2
Tidak Mengisi Kuesioner	11
Apakah Anda mengalami kesulitan dalam membayar utang?	
Respon	Jumlah
Ya	9
Tidak	10
Kosong	0
Tidak Mengisi Kuesioner	11

Dari Tabel 1. Tersebut diketahui bahwa sebagian besar peserta program sebenarnya sudah mengetahui tentang perencanaan keuangan keluarga namun masih belum menerapkannya di kehidupan sehari-hari. Terbukti dari kecilnya jumlah peserta yang sudah melakukan pencatatan pengeluaran harian. Meskipun di kuesioner tersebut sebagian besar menyatakan telah memisahkan pengelolaan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, namun pencatatan keuangan yang sangat krusial, khususnya terkait pengeluaran justru belum dilakukan.

Tabel 2. Hasil Jawaban *Pre Test* dan *Post Test* Peserta

	1		2		3		4		5		6		7		8		Pre	Post
	Pr	Ps	Pr	Ps	Pr	Ps	Pr	Ps	Pr	Ps	Pr	Ps	Pr	Ps	Pr	Ps		
1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	4	5
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1		1	6	8
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	6	7
4	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	8
5	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	5	8
6	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	4	7
7	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	3	3
8	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	7	7
9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	2	2
10	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	4	2
11	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	4	5
12	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2	3
13	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	4	7
14	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	2	6
15	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	4	6
16	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	2	5
19	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	5	5
Jml	9	11	13	14	9	11	6	12	14	17	5	7	7	9	6	14		

Keterangan:

Pr	=	Pre Test
Ps	=	Post Test
1	=	Jawaban Benar
0	=	Jawaban Salah
Jml	=	Jumlah
Pre	=	Jumlah jawaban benar per peserta untuk <i>pre test</i>
Post	=	Jumlah jawaban benar per peserta untuk <i>post test</i>

Dari Tabel 2. tersebut diketahui bahwa pemahaman peserta dalam perencanaan keuangan keluarga meningkat setelah mengikuti program pelatihan masyarakat. Dari semua soal yang ditanyakan, semua mengalami kenaikan jumlah jawaban benar. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman peserta bertambah setelah mengikuti program. Adapun pertanyaan yang paling banyak mendapat jawaban benar adalah pertanyaan nomor 5, “Diantara keinginan berikut, keinginan yang perlu didahulukan adalah ...” pilihan jawaban yang disediakan adalah: a) membeli baju baru; b) dana pendidikan anak; c) membeli motor ke-2; d) uang untuk orang tua. Jawaban yang benar adalah opsi (b) dana pendidikan anak, dimana ada 6 orang yang menjawab salah di *pre test* dan tercatat hanya 2 orang peserta yang menjawab salah di *post test*. Dengan tingginya jawaban benar di *pre test*, maka pengetahuan awal peserta sebelum mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat dianggap sudah baik. Meningkatnya jumlah jawaban benar di *post test* mengindikasikan penambahan jumlah peserta yang paham akan prioritas pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan keluarga.

Sebaliknya, soal dengan jawaban benar paling sedikit adalah soal nomor 6 yaitu “Untuk bisa mencapai kondisi keuangan keluarga yang sehat, sebaiknya jumlah uang tunai yang dimiliki adalah sebesar kali dari pengeluaran per bulan”. Pada soal ini, peserta yang menjawab benar di *pre test* hanya 5 orang. Sedangkan di *post test*, walaupun masih paling sedikit dibanding dengan yang lain, tapi jumlah peserta yang menjawab benar naik menjadi 7 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman peserta tentang nominal dana darurat masih perlu ditingkatkan kembali.

Dari segi individual, peserta yang memiliki pengetahuan awal yang cukup baik terkait perencanaan keuangan keluarga adalah peserta dengan nomor 2 dan 3. Keduanya adalah perempuan berusia 25 hingga 30 tahun dimana salah satunya memiliki usaha berskala rumah tangga dan yang lain adalah seorang ibu rumah tangga. Sedangkan peserta dengan kemajuan paling baik adalah peserta nomor 14, seorang ibu rumah tangga berusia 41 tahun. Peserta ini pada *pre test* hanya mampu menjawab 2 jawaban dengan benar sedangkan pada *post test* mampu menjawab 6 soal dengan benar dari total 8 soal.

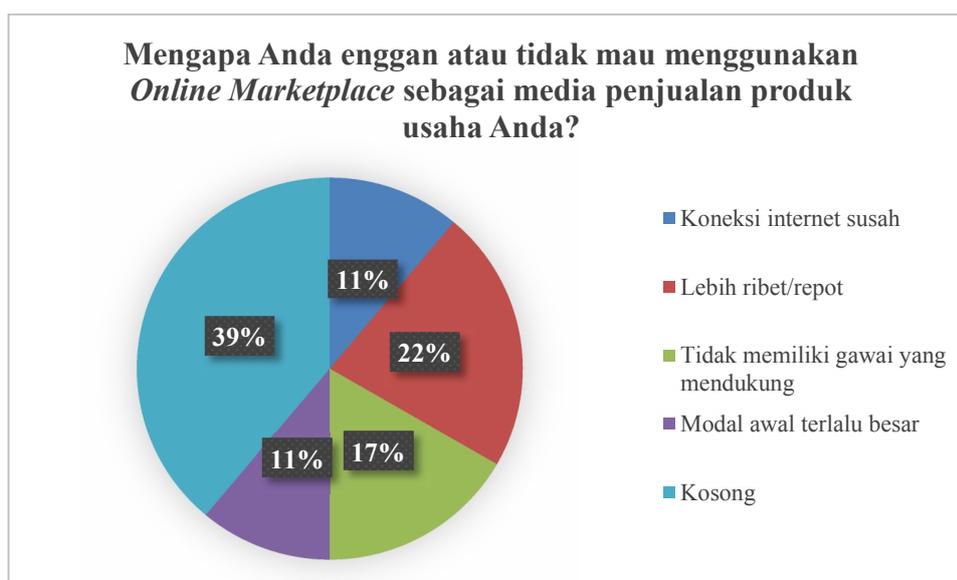
Kegiatan pelatihan ini juga disertai latihan membuat prioritas keuangan dan pencatatan pengeluaran bulanan. Peserta juga diberikan *template* untuk membuat prioritas keuangan dan pencatatan yang sistematis namun mudah diterapkan sehari-hari. Setelah pelatihan ini diharapkan peserta mampu membuat prioritas keuangan yang baik dan mencatat pengeluaran dengan sistematis, termasuk pemisahan antara pengelolaan keuangan pribadi dan usaha, bagi peserta yang memiliki usaha.

Pengenalan *Online Marketplace*

Pengenalan *online marketplace* difokuskan pada beberapa *platform* belanja online terbesar di Indonesia yaitu Shopee, Bukalapak dan Tokopedia. Sebelum pemberian materi dimulai, peserta diminta untuk mengisi kuesioner singkat untuk mengukur pemahaman awal peserta mengenai *online marketplace* di Indonesia. Diantara 30 peserta yang mengikuti pelatihan, hanya didapatkan 18 orang yang mengisi kuesioner secara benar. Dari kuesioner tersebut didapatkan berbagai informasi misalnya apakah peserta pernah mendengar atau mengetahui *online marketplace* sebelumnya, apakah ada kemauan untuk belajar tentang *online marketplace*, sumber informasi terkait *online marketplace*, penggunaan *online marketplace* yang sudah pernah dilakukan, apakah peserta sudah menggunakan *online marketplace* untuk meningkatkan penjualan usahanya (jika peserta memiliki usaha), hal-hal yang menghambat dan menunjang penggunaan *online marketplace*.

Hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa 67% responden mengatakan tidak mengetahui tentang *Online Marketplace*. Pada saat diskusi diketahui bahwa peserta memang tidak mengetahui konsep *online marketplace*, namun sebenarnya sudah sangat akrab tentang salah satu *online marketplace* di Indonesia, yaitu Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Sebagian besar responden menyatakan sumber informasi tentang *online marketplace* ini adalah televisi atau media sosial khususnya Facebook. Sedangkan 33% responden lain mengatakan sudah mengetahui dan sudah memiliki akun *online marketplace*. Dari total responden yang sudah mengetahui atau sudah pernah menggunakan *online marketplace* tersebut, 50% hanya menggunakannya secara pasif. Responden hanya menggunakan akun *online marketplace* nya untuk melihat-lihat produk-produk yang dijual di *marketplace* tersebut. Responden masih enggan berbelanja melalui platform online karena alasan takut penipuan dan ketidakpercayaan dengan sistem penjualan online.

Untuk responden yang memiliki usaha, belum ada satupun yang memanfaatkan *online marketplace* untuk memasarkan produknya. Sebagian besar responden beranggapan bahwa menjual produk melalui *online marketplace* membuat lebih repot. Sebagian kecil lainnya berpendapat bahwa koneksi internet di desa kurang mendukung (masih lemah), gawai tidak mendukung atau modal awal terlalu besar. Gambar 1 berikut mengilustrasikan beberapa alasan responden enggan menggunakan *online marketplace* sebagai media penjualan produknya.



Gambar 1. Alasan Tidak Menggunakan *Online Marketplace* untuk Menjual Produk

Setelah mengisi kuesioner, pemateri menyampaikan materi yang diselingi dengan diskusi. Di sesi akhir, peserta diajak untuk langsung praktek membuat akun di salah satu *online marketplace*,

yaitu Shopee. Peserta juga dilatih untuk membuat deskripsi dagangan yang jelas dan membuat agar foto terlihat menarik dan realistis di mata konsumen. Tujuan jangka pendek dari program ini adalah untuk pengenalan *online marketplace* bagi peserta yang belum pernah mengetahui atau belum pernah mempunyai akun di aplikasi tersebut. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan telepon seluler berbasis Android milik pribadi masing-masing.

Sedangkan tujuan jangka panjang dari program ini adalah untuk mewujudkan kemandirian pelaku UMKM dari ketergantungan penjualan dengan tengkulak. Agar tujuan jangka panjang ini tercapai, perlu sinergitas antara akademisi dan beberapa instansi terkait, misalnya Penyuluh BKR (Bina Keluarga Remaja) untuk melanjutkan program secara berkala (satu kali dalam sebulan). BKR adalah kelompok masyarakat binaan Penyuluh KB yang terdiri dari orangtua yang memiliki anak usia remaja. Adapun pemilihan BKR karena diharapkan agar anak-anak remaja yang lebih melek teknologi dapat lebih berdaya dalam aspek ekonomi dan penggunaan teknologi.

4. KESIMPULAN

Dari pelaksanaan kegiatan, hasil dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Masyarakat Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi besar di bidang ekonomi, khususnya UMKM produsen Gula Kelapa Batok dan Gula Kelapa Semut.
- 2) Masyarakat Desa Pakistaji yang menjadi peserta pelatihan perencanaan keuangan keluarga pada umumnya masih belum memahami perencanaan keuangan keluarga yang sistematis, terutama pemisahan antara pencatatan keuangan pribadi dan keuangan usaha bagi masyarakat yang memiliki usaha. Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pemahaman peserta mengenai perencanaan keuangan keluarga bertambah dibuktikan dengan naiknya nilai di *post test*.
- 3) Pemahaman peserta tentang *online marketplace* pada umumnya masih sangat minim sehingga belum bisa memanfaatkannya menjadi peluang usaha atau modal untuk meningkatkan usaha yang sudah ada. Program pengabdian kepada masyarakat ini secara jangka pendek berkontribusi untuk membuka wawasan peserta mengenai online marketplace. Sedangkan secara jangka panjang menginisiasi sinergi beberapa instansi pemerintah untuk memonitor kegiatan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

[1] Desa Pakistaji, "Data Desa Pakistaji". Diakses dari: <http://pakistaji.desa.id/> (diakses pada 1 Oktober 2019).

[2] Suci, Yuli Rahmini. "Perkembangan UMKM (USAha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia" *Cano Ekonomos*, 2017

[3] OJK, "Perencanaan Keuangan Keluarga". Diakses dari: https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/25_Buku_Perencanaan_Keuangan.pdf (diakses pada 2 Oktober 2019)

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Segenap tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan penulis artikel ini mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Airlangga, khususnya Fakultas Vokasi sebagai pemberi dana tunggal untuk kegiatan ini sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.