

## **SOSIALISASI LITERASI KEUANGAN PADA PELAKU USAHA KECIL KOMUNITAS BUYS UNPAD**

**Nenden Kostini<sup>1</sup>, Ratna Meisa Dai<sup>2</sup>, Pratami Wulan Tresna<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Padjadjaran

\*Korespondensi: nenden.kostini@unpad.ac.id

**ABSTRACT.** *Public financial literacy in Indonesia is still categorized as low. The low level of financial literacy can be an indication that public knowledge, especially regarding financial management, for both personal and business units is still not good. This can have an impact on mistakes in making wrong financial decisions. Therefore, many parties are trying to improve public financial literacy in Indonesia. One of the public that is the target of this community service activity is Komunitas Buys Unpad business actors. As for the consideration, there are still small business actors who do not have good financial knowledge insight. The activity to improve financial literacy chosen was in the form of socialization. The socialization of financial literacy to Komunitas Buys Unpad business actors was carried out in the form of a Zoom Conference by presenting competent speakers in the financial aspect. Based on the results of the evaluation of activities collected in Google Form, it can be seen that the socialization of financial literacy activities for business actors has increased, although not significantly.*

**Keywords:** *Financial Literacy; Small Business; Financial Management*

**ABSTRAK.** Literasi keuangan masyarakat di Indonesia masih dikategorikan rendah. Rendahnya tingkat literasi keuangan tersebut dapat menjadi indikasi bahwa pengetahuan masyarakat khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, baik untuk personal maupun unit usaha masih kurang baik. Hal ini dapat berdampak pada kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan yang salah. Oleh karena itu, banyak pihak yang berusaha untuk dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat di Indonesia. Salah satu khalayak masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah pelaku usaha Komunitas Buys Unpad. Adapun yang menjadi pertimbangannya adalah masih ada pelaku usaha kecil yang belum memiliki wawasan pengetahuan keuangan yang baik. Kegiatan untuk meningkatkan literasi keuangan yang dipilih adalah dalam bentuk sosialisasi. Kegiatan sosialisasi literasi keuangan pada pelaku usaha Komunitas Buys Unpad dilakukan dalam bentuk *Zoom Conference* dengan menampilkan narasumber yang berkompeten dalam aspek keuangan. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan agar para pelaku usaha kecil tersebut dapat meningkatkan dan memiliki pengetahuan mengenai keuangan, khususnya pengelolaan keuangan untuk personal dan kegiatan usahanya. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan yang dikumpulkan dalam Google Form dapat diketahui bahwa kegiatan sosialisasi literasi keuangan para pelaku usaha mengalami peningkatan meskipun tidak secara signifikan.

**Keywords:** *Financial Literacy; Small Business; Financial Management*

## PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan, baik secara personal maupun suatu unit bisnis, merupakan salah satu faktor yang dirasakan sangat penting. Kemampuan untuk menggunakan pengetahuan serta keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan agar tercapai kesejahteraan sering kali dikatakan sebagai literasi keuangan (Krishna, 2010). Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik dapat dipastikan memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat berkaitan dengan sumber daya keuangannya.

Hasil survey yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih dalam kategori rendah meskipun sejak tahun 2016 sampai tahun 2019 telah mengalami kenaikan sebesar 8,33%. Kondisi ini menjadi pertimbangan banyak pihak untuk terus meningkatkan literasi keuangan masyarakat di Indonesia. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menunjukkan minatnya terhadap manajemen keuangan meskipun sudah banyak pihak yang mengadakan event atau membuka kelas keuangan. Hal itu menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan tersebut sebenarnya bukan karena tidak membutuhkan manajemen keuangan, tapi karena masyarakat belum mengetahui pentingnya manajemen keuangan.

Salah satu fungsi manajemen keuangan adalah perencanaan keuangan. Setiap individu atau unit bisnis memerlukan perencanaan keuangan agar pengelolaan keuangan personal dan usahanya dapat berjalan dengan baik. Bagaimana menentukan cara yang efektif dalam penggunaan dana modal untuk dijadikan sumber daya ekonomi merupakan inti dari pengelolaan keuangan yang terkait dengan pengambilan keputusan keuangan. Keputusan keuangan yang salah dapat menimbulkan resiko yang fatal bagi pribadi atau suatu unit bisnis. Kesalahan tersebut dapat diminimalisir jika individu atau suatu unit bisnis memiliki pemahaman keuangan (literasi keuangan) yang baik. Semakin baik pemahaman keuangannya mengindikasikan bahwa literasi keuangannya juga semakin baik.

Kondisi ideal tersebut di atas sangat diharapkan bagi para pelaku usaha kecil,

khususnya di Kota Bandung. Para pelaku usaha kecil memiliki literasi keuangan yang baik sehingga dapat mengelola keuangan usahanya dengan lebih baik pula. Dampak yang ditimbulkan dari peningkatan literasi keuangan tersebut dapat meningkatnya pertumbuhan jumlah usaha kecil di Kota Bandung, dan secara tidak langsung dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat.

Berdasarkan peninjauan awal, diketahui bahwa masih ada pelaku usaha yang belum memiliki pengetahuan keuangan yang baik dalam mengelola keuangan usahanya. Hal ini dikarenakan unit usaha yang dimilikinya merupakan turunan dari usaha keluarga ataupun usaha yang didirikan hanya mengikuti trend yang sedang terjadi. Akibat yang dapat ditimbulkan dari kondisi ini tentu saja berkaitan dengan keberlanjutan usahanya.

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi keuangan terkait dengan pengambilan keputusan dan siap menerima konsekuensi dari keputusan diambil (George et al, 2017). Pengertian literasi keuangan yang dikeluarkan oleh *The Organization of Economic Co-operation and Development* (OECD, 2002), disebutkan bahwa literasi Keuangan adalah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam membuat keputusan untuk mencapai kesejahteraan finansial (Atkinson dan Messy 2012). Karena pentingnya literasi keuangan untuk individu, bisnis dan komunitas, perlu untuk mengembangkan strategi di setiap level. Sedangkan menurut Lusardi (2012), literasi keuangan mencakup pengetahuan dan keterampilan kognitif dengan seperangkat sikap, perilaku, dan faktor pendukung eksternal yang diinginkan. Reich dan Berman (2015) membuat konsep literasi keuangan sebagai pencapaian pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola keuangan, memanfaatkan layanan keuangan dan merencanakan pasar konsumen secara efektif untuk mencapai keuangan tujuan perusahaan, serta termasuk pula keterampilan seperti penganggaran, pembayaran tagihan, akuisisi utang dan pembayaran, manajemen masalah konsumen, dan perbandingan belanja. Gouws dan Shuttleworth (2009: 146) menyatakan bahwa istilah 'keuangan' mengacu pada dimensi

informasi; istilah 'literasi' mengacu pada proses mental individu ketika menggunakan informasi tersebut.

Pengelolaan keuangan adalah sebuah proses yang dimaksudkan untuk mengelola fungsi-fungsi keuangan secara efektif dan efisien. Menurut Mulyasa (2002) pengelolaan keuangan dibagi kedalam tiga fase, yakni *Financial Planning* (Penganggaran/Rencana Keuangan), *Implementation* (Penerapan), dan *Evaluation* (Evaluasi). Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fatoki (2014) menunjukkan bahwa sebagian besar dari pemilik usaha mikro kecil menengah tidak terikat pada rencana keuangan, penganggaran dan pengendalian keuangan. Dikatakan juga bahwa terdapat hubungan positif antara pengendalian keuangan formal, sistem pengendalian dan keberhasilan bisnis. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan personal merupakan pengetahuan mengenai dasar-dasar prinsip keuangan yang dimiliki seseorang untuk nantinya akan digunakan sebagai acuan pengelolaan keuangan pribadi, keluarga dan usaha yang dimilikinya (Chen dan Volpe 1998).

Untuk itu, sebagai salah satu cara untuk dapat meningkatkan literasi keuangan para pelaku usaha kecil ini adalah dengan melakukan Sosialisasi Literasi Keuangan bagi para pelaku usaha kecil, dalam hal ini yang menjadi khalayak sasaran adalah Komunitas Buys Unpad. Tujuan dilakukannya kegiatan sosialisasi ini adalah para pelaku usaha kecil tersebut dapat meningkatkan dan memiliki pengetahuan mengenai keuangan, khususnya untuk pengelolaan keuangan personal dan untuk kegiatan usahanya.

## METODE

Untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat dapat digunakan berbagai cara. Salah satu cara yang paling mudah adalah melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai literasi keuangan tersebut. Kegiatan sosialisasi literasi keuangan kepada masyarakat luas dapat dipersempit lagi dengan menyasar pihak yang paling membutuhkan pengetahuan keuangan, yaitu para pelaku usaha kecil pada suatu komunitas tertentu. Diharapkan sosialisasi literasi keuangan tersebut tepat sasaran dan sebagai dampaknya dapat meningkatkan literasi

keuangan pelaku usaha pada khususnya, dan literasi keuangan masyarakat pada umumnya. Kegiatan sosialisasi literasi keuangan ini, secara



ringkas dapat dilihat pada bagan berikut :

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi kegiatan. Secara ringkas dapat dilihat pada uraian di bawah ini :

### 1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini, dilakukan mapping kondisi riil di lapangan, dan juga proses menghubungi para pelaku usaha kecil Komunitas Buy Unpad, dan serta menyiapkan surat-surat yang diperlukan dalam kegiatan serta memastikan kesediaan para pelaku usaha untuk hadir dalam acara yang akan dilaksanakan. Analisis situasi dan kebutuhan pelaku usaha juga menjadi pertimbangan dalam penentuan materi yang akan diberikan dalam kegiatan sosialisasi literasi keuangan tersebut.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara daring melalui media zoom conference, dengan menampilkan narasumber dan moderator yang akan memandu acara. Selain itu disepakati bahwa materi yang akan diberikan adalah mengenai Pengelolaan Keuangan secara Personal. Pelaksanaan acara dibantu oleh tim yang terdiri dari Tim Mahasiswa peserta KKNM Online tahun 2020.

### 3. Tahap Evaluasi

Untuk mengetahui tercapai atau tidaknya tujuan kegiatan sosialisasi literasi keuangan, yaitu untuk meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha Komunitas Buy Unpads, dilakukan

evaluasi berdasarkan Google Form kepada para peserta kegiatan setelah acara berlangsung.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat yang masih dalam kategori rendah, maka sosialisasi literasi keuangan merupakan kegiatan awal yang dapat diterapkan. Implementasi kegiatan sosialisasi literasi keuangan dalam kaitannya dengan program Pengabdian pada Masyarakat, diawali dengan melakukan koordinasi antara pengelola Oorange Universitas Padjadjaran dengan tim dosen pelaksana, dan ditindaklanjuti oleh mahasiswa peserta KKNM Online tahun 2020. Kegiatan dalam tahap persiapan ini terdiri dari kegiatan penyusunan jadwal pelaksanaan kegiatan, menyiapkan sarana dan prasarana kegiatan, dan menghubungi para pelaku usaha yang tergabung dalam Komunitas Buys Unpad. Setelah mengetahui karakteristik para pelaku usaha pada Komunitas Buys Unpad, tim dosen pelaksana kegiatan menetapkan materi yang akan diusung dalam kegiatan sosialisasi literasi keuangan, dalam hal ini ditetapkan materi mengenai pengelolaan keuangan personal.

Adapun tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan secara online melalui media zoom *conference* dengan mengundang para pelaku usaha dan narasumber serta moderator untuk menyampaikan materi mengenai pengelolaan keuangan personal. Kegiatan sosialisasi literasi keuangan ini menghadirkan seorang narasumber, yang mengusung tema mengenai pengelolaan keuangan personal, yang selanjutnya akan menjadi dasar pengetahuan dalam pengelolaan keuangan untuk usahanya. Penyampaian materi dilakukan dengan metode ceramah dan disertai dengan tampilan *powerpoint*, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Materi dalam tampilan *powerpoint* disusun secara ringkas dan jelas agar memudahkan para peserta untuk memahaminya secara langsung. Dengan dipandu oleh moderator kegiatan sosialisasi literasi keuangan menjadi dinamis, karena para peserta dengan antusias berperan aktif dalam sesi tanya jawab tersebut. Adapun peserta yang hadir sebanyak 42 pelaku usaha kecil yang terdiri dari 36 pelaku usaha dari Komunitas Buy Unpad dan 6 orang lainnya dari pelaku usaha di luar

komunitas. 5 peserta mengemukakan pertanyaan dan juga *sharing* pengetahuan dan pengalamannya dalam pengelolaan keuangan secara personal.

Sebagai tahap akhir dalam kegiatan, yaitu evaluasi atas pelaksanaan sosialisasi literasi keuangan, dapat diketahui berdasarkan kesan dan juga tanggapan dari para peserta. Kesan dan tanggapan para peserta dikumpulkan melalui *Google form* yang disebarakan sesaat setelah kegiatan berakhir. Kesan dan tanggapan para peserta tergolong positif, hal ini ditunjukkan dengan jumlah kehadiran peserta yang melebihi target kegiatan, juga saat penyajian dan pembahasan materi oleh narasumber, serta berbagai pertanyaan yang diajukan para peserta dan diskusi tentang materi secara interaktif. Selain itu adanya harapan agar sosialisasi Ukeuangan untuk usaha kecil.

### KESIMPULAN

Setelah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi literasi keuangan pada pelaku usaha Komunitas Buys Unpad dapat diketahui bahwa para peserta mendapatkan pengetahuan dan informasi mengenai literasi keuangan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan personal sebagai dasar untuk mengelola keuangan usahanya. Setelah mendapat pengetahuan dan informasi tersebut diharapkan para peserta, khususnya pelaku usaha pada Komunitas Buys Unpad akan memiliki banyak informasi dan wawasan pengelolaan keuangan, baik secara personal maupun unit bisnisnya.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pimpinan Universitas Padjadjaran dalam hal ini diwakili oleh Direktorat Riset dan Pengabdian pada Masyarakat beserta seluruh jajarannya, Pengelola Oorange Universitas Padjadjaran, Tim Dosen Pelaksana PPM Integratif, Tim KKN Online tahun 2020, dan Komunitas Buys Unpad, serta para peserta dan pihak lainnya yang telah mendukung terlaksananya kegiatan sosialisasi literasi keuangan ini.

Pelaksanaan

**DAFTAR PUSTAKA**

- Atkinson, Adele, and Flore-anne Messy. 2012. Measuring Financial Literacy. *OECD Working Paper on Finance, Insurance and Private Pensions No. 15 (15): 1–73*.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(1), 107–128.
- Fatoki, O. (2014). The financial literacy of micro entrepreneurs in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 40(2), 151–158
- George Candiya Bongomin Okello, Joseph Mpeera Ntayi, John C Munene, Charles Akol Malinga. 2017. The Relationship between Access to Finance and Growth of SMEs in Developing Economies: Financial Literacy as a Moderator. *International Business and Strategy*, <https://doi.org/10.1108/RIBS-04-2017-0037>: 1–24.
- Gouws, D. & Shuttleworth, C. (2009). Financial literacy: an interface between financial information and decision-makers in organisations. *South African Business Review* 13(2):141-165
- Huston, S. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, Volume 44, Page 296-316
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy Around The World: An Overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10 (4): 497–508
- Manurung Jonni J., dan Adler H. Manurung, 2009. *Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Moneter*. Cetakan Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyasa E. 2002. *Kurikulum Berbasis Kompetensi Konsep, Karakteristik, dan Implementasi*. Bandung : Rosdakarya
- OJK. 2016. *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan*
- Reich, C. M., and J. S. Berman. 2015. Do Financial Literacy Classes Help? An Experimental Assessment in a Low-income Population. *Journal of Social Service Research* 41: 193–203.