

## PENDAMPINGAN MANAJEMEN USAHA DAN MANAJEMEN KEUANGAN PADA UMKM BAKUL KEMBANG *OFFICIAL* KELURAHAN KEDURUS KECAMATAN KARANG PILANG KOTA SURABAYA

Mochamad Jamil<sup>1\*</sup>, Dewi Mutmainnah<sup>2</sup>, Muftiyatul Azizah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

\*Penulis korespondensi; Email: jamil@stiesia.ac.id

---

**Abstrak:** Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19, sehingga perlu adanya manajemen usaha dan manajemen keuangan yang tepat untuk memajukan suatu UMKM. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada mitra UMKM Bakul Kembangan *Official* yang kegiatan usahanya berbasis *handmade*, dengan varian produk *flower bouquet: dry flowers, fresh flowers, framegift, hampers, macrame, money bouquet*, mahar perkawinan dan lainnya yang pasarkan melalui berbagai media digital. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman mengenai manajemen usaha agar memiliki arah, terukur dan terencana dengan baik, juga mengenai pengelolaan keuangan, agar kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan, serta pengendalian dana dapat mendukung kegiatan dan pengembangan usaha mitra UMKM, sebagai hasil pendampingan dan pelatihan secara aplikatif. Metode pelaksanaan kegiatan ini melalui tahapan pra kegiatan, yakni melakukan survey awal, identifikasi permasalahan, konsolidasi Tim dalam melakukan pemetaan dan distribusi tugas sesuai dengan kepakaran, penyusunan dan pengajuan porposal kegiatan. Tahap pelaksanaan yaitu diskusi dan konsultasi, paparan materi pelatihan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan dengan pratikum pembukuan sederhana. Tahap evaluasi dan monitoring, yakni dengan melakukan komparasi kondisi sebelum dan setelah kegiatan program dengan pendekatan interview dan diskusi serta observasi. Tahap akhir dilakukan penyusunan laporan dengan target publikasi dan dipaparkan dalam simposium kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** UMKM, Pendampingan, Manajemen Usaha, Manajemen Keuangan.

**Abstract:** *Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) as contributors to the National Gross Domestic Product (GDP) have an important role in Indonesia's economic recovery as a result of the Covid-19 pandemic, so there is a need for proper business management and financial management to promote an Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM). Community dedication activities (PKM) are carried out with Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) partners Bakul Kembangan Official whose business activities are handmade, with flower bouquet product variants: dry flowers, fresh flowers, frame gifts, hampers, macrame, money bouquets, wedding dowries and others that are marketed through various digital media. The purpose of this community dedication (PKM) activity is to provide an understanding of business management so that it has direction, is well-measured and planned, as well as financial management, so that planning, management, storage, and control of funds can support activities and business development of Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) partners, as a result of mentoring and practical training. The method of implementing this activity is through the pre-activity stage, namely conducting an initial survey, problem identification, team consolidation in mapping and distributing tasks according to expertise, compiling and submitting activity proposals. The implementation stage is discussion and consultation, exposure to business management and financial management training materials with simple bookkeeping practices. The evaluation and monitoring stages, namely by doing a comparison of conditions before and after program activities with an interview approach and discussion and observation. The final stage is the preparation of a report with a publication target and presented in a symposium of community dedication activities.*

**Keywords:** *UMKM, Mentoring, Business Management, Financial Management.*

---

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia sebagai dampak pandemi Covid-19. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) sampai bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta. Pelaku UMKM telah berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (Fadjarudin, 2021).

Fakta bahwa proporsi terbesar sebagai penggerak perekonomian di Indonesia merupakan pelaku usaha mikro yang mampu berkontribusi menyerap tenaga kerja sebesar 97% atau sebesar 116,98 juta jiwa, dan hal ini berbanding terbalik dengan angka serapa dari pelaku ekonomi besar yang hanya sisanya, yakni menyerap sekitar 6,6 juta jiwa atau hanya sekitar 3% saja. Fakta ketimpangan ini harusnya menjadi pertimbangan semua pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonominya lebih mengarah pada sektor usaha mikro.

Pandemi Covid-19 memiliki peran juga terhadap penurunan aktivitas pelaku UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM, pelaku usaha sektor makanan dan minuman merupakan sektor yang paling berdampak yakni mencapai 163.713 pelaku, 56% pelaku UMKM lainnya mengalami dampak penurunan omzet penjualan dan sekitar 22% berdampak pada permasalahan terhadap akses sumber pembiayaan/pendanaan, serta yang mengalami permasalahan terakut distribusi barang dan yang mengalami kesulitan mendapatkan pasokan bahan baku produksi sebanyak 4% pelaku UMKM.

Dalam webinar *GoTo Financial* secara virtual, Rabu (25/8/2021), Oke Nurwan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan membeberkan setidaknya terdapat 5 (lima) permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama masa Pandemi Covid-19 ini, yakni: (a) Turunnya daya beli masyarakat, hal ini diperparah dengan adanya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat; (b) Hambatan distribusi sebagai akibat kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat, yang membuat sulit mendistribusikan produk yang dipesan atau yang dibeli konsumen; (c) Akses permodalan/pembiayaan, akibat banyaknya UMKM yang belum *bankable*,

hal ini yang akhirnya pelaku UMKM terpaksa melakukan pendanaan/pembiayaan melalui rentenir lantaran sulitnya memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan formal; (d) Sulitnya mendapatkan bahan baku; (e) Terhambatnya produksi karena pembatasan pergerakan tenaga kerja. Untuk itu pelaku UMKM bisa bertahan dengan cara beradaptasi dan mau berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* untuk ikut kedalam program Pemerintah seperti program gerakan Bangga Buatan Indonesia (Catriana, 2021).

Keterpurukan pelaku UMKM akibat Pandemi Covid-19 juga menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh Pusat Penelitian Politik (P2P) – LIPI bahwa dampak Covid-19, industri pariwisata merupakan sektor paling tinggi terdampak dan memiliki efek domino terhadap sektor lain, khususnya sektor usaha makanan dan minuman mikro yang mencapai sekitar 27%, sektor unit kerajinan kayu dan rotan 17,03%, sedangkan konsumsi rumah tangga mengalami koreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Pandemi Covid-19 juga memiliki pengaruh terhadap sisi permintaan dan penawaran atas barang/jasa, hal ini tentu saja berdampak pada likuiditas para pejuang ekonomi mikro, sebagaimana diungkap oleh Organisasi untuk Pembangunan dan Kerjasama Ekonomi (*Organisation for Economic Co-operation and Development/OECD*).

Berbagai kebijakan mitigasi yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai upaya mengatasi penurunan aktivitas ekonomi, yang terus komitmen mendukung pelaku UMKM untuk mampu bertahan, berkembang dan bertumbuh di tengah tantangan pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). “Alokasi anggaran yang disediakan untuk kluster dukungan UMKM adalah sebesar Rp95,87 triliun, program lainnya, seperti subsidi bunga, penempatan dana pemerintah pada bank umum mitra, perluasan kredit modal kerja dan restrukturisasi kredit UMKM, serta penjaminan kredit modal kerja UMKM, termasuk di antaranya Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), Bantuan Tunai untuk PKL dan Warung (BT-PKLW), dan insentif PPh Final UMKM ditanggung Pemerintah, sebagai mana diungkap oleh Airlangga Hartarto Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (Kementerian Keuangan, 2021).

Kunci penting adalah berbagai pihak yang berkepentingan memiliki fokus yang sama atas produk kebijakan yang dilakukannya yakni mempercepat eksekusi program-program dalam rangka pemulihan ekonomi mikro, misalnya

Pemerintah segera eksekusi program relaksasi, restrukturisasi kredit bagi UMKM yang mengalami kesulitan, bantuan untuk kredit baik berupa subsidi bunga, penundaan pembayaran pokok, dan pemberian tambahan kredit modal kerja, mempersiapkan skema baru dalam pembiayaan, terutama yang berkaitan dengan investasi dan tenaga kerja, skema bantuan sosial terutama yang berkaitan dengan paket sembako, diberikan peluang terus untuk berproduksi terutama di sektor pertanian, sektor industri rumah tangga serta warung-warung tradisional, dan sektor makanan. Bagi pemangku kepentingan lain, diharapkan juga berperan dalam produk kebijakannya untuk partisipasi sesuai kapasitasnya untuk berkontribusi dalam pemulihan ekonomi dimasa pandemi Covid-19 ini.

Hal tersebut merupakan beberapa langkah mitigasi mengatasi kesulitan dan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM untuk bertahan dan bangkit dalam berkegiatan usaha, disamping memberikan motivasi meningkatkan sumber daya yang dimiliki untuk mampu menuangkan gagasan-gagasan produktif dengan menghasilkan produk/jasa yang memiliki daya saing di pasar dengan memanfaatkan berbagai media untuk pengenalan produk maupun *brand*-nya di masyarakat. Untuk mendukung hal ini tentunya perlu peran dari berbagai pihak untuk meningkatkan kompetensi yang menjadi permasalahan umum UMKM, yakni terkait manajemen usaha, perencanaan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan dengan fokus pemahaman mengenai pencatatan pembukuan, dan lainnya untuk terus memberikan peluang dengan menyediakan media pengenalan produk dengan mengikutsertakan dalam berbagai pameran produk UMKM diberbagai kesempatan.

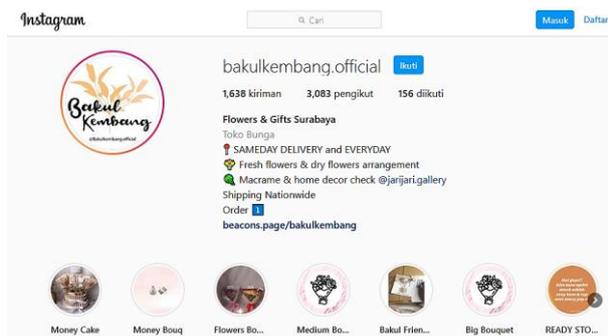
Tatanan sosial maupun ekonomi telah berubah seiring dengan kondisi Pandemi Covid-19 yang sampai saat ini masih dirasakan oleh pelaku ekonomi mikro, kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* juga turut merubah perilaku sosial-ekonomi masyarakat. Pelaku ekonomi mikro harus adaptasi dengan media digital untuk mengenalkan produk/jasanya kepada konsumen, sebaliknya konsumen dalam memenuhi kebutuhan juga dituntut beradaptasi dengan kondisi serupa, yakni media digital menjadi bagian dari kegiatan sosial-

ekonominya (Zulkipli & Muharir, 2021)

Bagi pelaku ekonomi menengah-besar dukungan sumber daya manusia dalam beradaptasi dengan media digital relatif tidak menjadi masalah, karena didukung sumber daya dan kemampuan kompetensi SDM yang dimilikinya. Namun tidak demikian dengan pelaku usaha mikro (UMKM) diperlukan berbagai kondisi untuk beradaptasi dengan media digital, keterbatasan kompetensi SDM, sumber daya yang dimiliki menjadikan hambatan bagi pelaku usaha kelompok ini untuk bertahan berkegiatan usaha dimasa pandemi. Untuk itu diperlukan peran serta dari para pemangku kepentingan untuk memberikan kontribusi energi, pemikiran dari permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha mikro.

Penguasaan media digital merupakan keniscayaan yang perlu dikuasai oleh pelaku usaha pada umumnya, termasuk pelaku usaha mikro. Penggunaan teknologi digital berbasis *e-commerce* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan transaksi ekonomi atas kebutuhan apapun, baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Kehadiran aplikasi *marketplace* berbasis *website* seperti seperti Bukalapak, Shopee, Blibli, Tokopedia, Lazada, dan lainnya menawarkan kemudahan bagi pelaku ekonomi untuk mengenalkan produk/jasa dan *brand*-nya kepada konsumen. Untuk itu penguasaan *digital marketing*, sudah menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro bila bermaksud untuk menumbuh-kembangkan usahanya dari waktu ke waktu (Kotler, 2008).

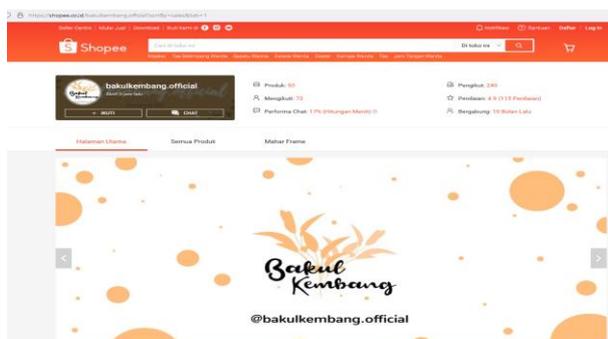
Permasalahan terkait *digital marketing* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari penguasaan teknologi digital, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam mengenalkan *brand* dan produknya kepada konsumen. Sejak awal membidani usaha mitra UMKM Bakul Kembang *Official* telah mengedukasi diri dalam memanfaatkan teknologi digital, yakni dengan memanfaatkan media sosial [www.instagram.com](https://www.instagram.com) dengan *address @bakulkembang.official* untuk mengenalkan *brand* dan katalog varian produk yang dihasilkan. Tampilan instagram dari UMKM Bakul Kembang disajikan pada Gambar 1.



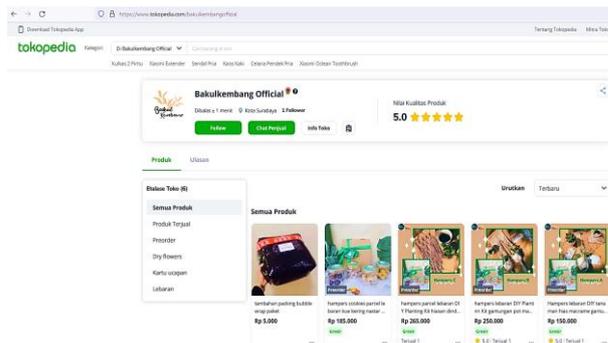
Gambar 1. Marketing Media Mitra UMKM

Digital marketing sudah menjadi aktivitas rutin dalam kegiatan usaha, sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh mitra UMKM Bakul Kembang Official yang merupakan hasil pendampingan program pengabdian masyarakat pada periode April 2020 - Agustus 2020 dengan program pendampingan dan pelatihan mengenai Pemasaran Digital dan Etika Bisnis. Program lanjutan yang dilaksanakan pada periode Desember 2020 – Januari 2021 dilakukan program pendampingan dan pelatihan mengenai Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) dan Pengemasan Produk (*Packaging*), sedangkan pada program lanjutan yang periode pelaksanaannya pada April 2021 – Agustus 2021, dilakukan program pendampingan Monitoring dan Evaluasi (M & E) kepada mitra, sehingga arah dan strategi bisnis yang dijalankan merupakan hasil adaptasi yang dilakukan selama program pendampingan.

Dalam rangka untuk pengembangan bisnis dengan tujuan meningkatkan nilai penjualan dan sebagai bagian dari strategi pemasarannya yang dijalankan, maka mitra UMKM Bakul Kembang Official memaksimalkan teknologi digital dengan memanfaatkan media berbasis marketplace berbayar seperti Shopee (Gambar 2) dan Tokopedia (Gambar 3) untuk mengenalkan dan mempromosikan produknya terlebih pada event-event tertentu, misalnya hari raya keagamaan atau event *valentine day*, sebagaimana nampak dalam Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Marketing Media-Shopee



Gambar 3. Marketing Media - Tokopedia

Pemanfaatan pemasaran digital telah dimaksimalkan oleh mitra UMKM dengan deskripsi produk yang ditambahkan cukup apik dan mengundang konsumen minat sebagai pengguna produk mitra, namun yang menjadi perhatian adalah untuk terus menuangkan gagasan-gagasan produk baru untuk memperkaya varian produk yang disesuaikan dengan arah/trend atau *lifestyle* masyarakat. Pengembangan jaringan sebagai upaya distribusi produk yang perlu atensi dengan memuat pada konten media digital yang dikelolanya terkait testimoni-testimoni positif dari konsumen atas produknya yang memiliki tujuan dapat memberikan dampak pada nilai penjualan.

Identifikasi permasalahan selama dalam pendampingan dan yang menjadi fokus pembenahan adalah terkait dengan peningkatan pemahaman mengenai Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan yang difokuskan pada pengelolaan administrasi terkait manajemen *cashflow*-nya yang selama ini dilakukan secara konvensional dan tidak dicatat secara teratur dan masih dianggap bukan kebutuhan primer, permasalahan seperti ini menjadi permasalahan yang umum UMKM yang hanya fokus pada kegiatan produksi dan pemasaran saja.

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha, dengan materi diskusi terkait tujuan manajemen keuangan, manajemen dan perencanaan, identifikasi peluang bisnis, perencanaan bisnis dan perencanaan pemasaran dengan penguatan terkait dengan materi UMKM –Era Digital (Sukanti, 2014).

Sedangkan pembenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM (Machfoedz, 1993). Pengelolaan keuangan harus

direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM (Fatwitawati, 2018). Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode pratikum melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya (Waskita & Noviany, 2019).

Monitoring dan Evaluasi (Monev) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam pendampingan, hal ini sebagai wujud dilakukannya evaluasi menyeluruh sejauhmana mitra UMKM Bakul Kembang *Official* menjalankan inputan sumbang saran yang diberikan dalam rangka pengembangan usaha. kedepan. Selama pendampingan dilakukan monitoring terhadap aktivitas usaha mitra UMKM untuk mengetahui sejauhmana mitra menjalankan tahapan sumbang saran yang diberikan, yang selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap pencapaian tahapan aktivitas yang disarankan memberikan dampak pada efektivitas dan efisien baik terkait aspek input, proses maupun output dari aktivitas usaha yang dijalankan oleh mitra UMKM.

## **METODE PELAKSANAAN**

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang diidentifikasi dari mitra UMKM Bakul Kembang *Official*, tahapan yang diberikan melalui 2 (dua) pendekatan.

### **Pendampingan dan Pelatihan**

Pendampingan kepada mitra UMKM dilakukan menyesuaikan dengan kondisi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemi Covid-19. Untuk itu pendekatan pendampingan dilakukan dengan memanfaatkan media komunikasi untuk melakukan berbagai diskusi yang diperlukan dalam rangka memberikan masukan untuk dilakukan tahapan perbaikan dari berbagai aspek operasional usaha mitra UMKM untuk lebih efisien dalam tata kelola usahanya.

Kebutuhan pembenahan dalam mendukung kegiatan operasional usaha mitra UMKM diperlukan pelatihan terkait dengan Manajemen Usaha dan Manajemen Keuangan. Pembenahan manajemen usaha merupakan tahapan yang

menjadi perhatian karena manajemen usaha sebagai upaya untuk mengatur segala aspek dalam usaha yang dilakukan agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan. Lebih jauh manajemen usaha akan berpengaruh terhadap pendapatan, penjualan maupun kualitas produk yang dihasilkan. Penerapan manajemen usaha yang benar akan dapat menopang usaha meraih kesuksesan dan pengembangan usaha untuk mencapai target sebagaimana yang telah direncanakan (Trisninawati & Septhayuda, 2014).

Sedangkan manajemen keuangan, yang pada umumnya terabaikan oleh UMKM, padahal manajemen keuangan merupakan suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu usaha, termasuk kegiatan perencanaan, analisis dan pengendalian terhadap keuangan (Putri & Musmini, 2013). Untuk itu manajemen keuangan perlu diterapkan oleh pelaku usaha dengan skala bisnis baik mikro, menengah maupun besar (Puspitaningtyas, 2013). Untuk itu pelatihan manajemen keuangan kepada mitra UMKM mutlak diberikan, karena belum melakukan pencatatan pembukuan, hal ini didorong belum memiliki pengetahuan yang memadai dalam penyusunan pembukuan. Pencatatan pembukuan merupakan hal yang penting untuk evaluasi dan mengetahui perkembangan usaha, untuk mengetahui laba/rugi dan sebagai dasar pengembangan usaha. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan diharapkan mitra UMKM memiliki kemampuan untuk melakukan pengelolaan keuangan dengan benar.

Metode pelatihan diberikan dengan metode diskusi dan aplikatif, khususnya materi terkait penyusunan laporan keuangan, pembukuan transaksi keuangan yang dilaksanakan dengan pratikum bagaimana penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Rangkaian pelatihan dilakukan dengan menggunakan media *Google Zoom*, hal ini disesuaikan dengan kondisi saat ini masih dalam suasana Pandemi Covid-19.

### **Konsultasi dan Diskusi**

Konsultasi dan diskusi secara berkala dilakukan dalam upaya memberikan sumbang saran kepada mitra UMKM dalam melakukan langkah perbaikan operasional terutama terkait manajemen usaha dan manajemen keuangan dalam rangka mendukung operasional usaha sebagaimana diuraikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1.** Metode Pelaksanaan

Aspek	Solusi Permasalahan	Metode Kegiatan
Manajemen Usaha	<p>1. Identifikasi Peluang Bisnis Perlu memperkaya ide/gagasan kreatif untuk membaca kebutuhan konsumen sesuai dengan varian produk unggulan dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing.</p> <p>2. Perencanaan Bisnis Merumuskan dan merancang kebutuhan kedepan sesuai dengan visi, misi dan tujuan serta sasaran serta mewujudkannya melalui berbagai strategi untuk dapat bertahan dan selalu eksis dalam kegiatan usaha yang dilakukannya.</p> <p>3. Perencanaan Pemasaran Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/ pasar yang memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (<i>target market</i>) dengan memanfaatkan berbagai platform media digital</p>	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi
Manajemen Keuangan	<p>1. Penyusunan Laporan Keuangan Melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan dilakukan secara aplikatif dengan metode praktikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi.</p> <p>2. Manajemen Kas Penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba.</p>	Pelatihan, Konsultasi dan Diskusi

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pendampingan kepada mitra UMKM ini merupakan lanjutan dari program pengabdian sebelumnya, sehingga solusi yang ditawarkan hanya fokus pada aspek Manajemen Usaha UMKM dan Manajemen Keuangan, yang didiskripsikan sebagaimana berikut:

**Manajemen Usaha UMKM**

Pembenahan manajemen usaha terkait dengan aspek pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sumber daya lainnya yang dimiliki mitra UMKM secara efektif dan efisien dapat dimaksimalkan untuk tujuan strategi pengembangan usaha mitra UMKM, dengan melakukan tindakan berikut.

a. Identifikasi Peluang Bisnis

Mitra UMKM menangkap peluang bisnis didasarkan atas gagasan/ide dari hobi/kegemaran yang selanjutnya dituangkan dalam kreativitas berbagai varian produk unggulan yang berciri kas sebagai produk ‘*handmade*’ dengan nilai ekonomis tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing, maka produk dapat diterima oleh masyarakat konsumen.

Untuk menjaga kelangsungan usaha secara berkesinambungan perlu dilakukan hal-hal berikut: (a) evaluasi produk, dimaksudkan mengetahui kekurangan yang terdapat pada setiap varian produk yang dihasilkan, hal ini digunakan sebagai dasar melakukan tindakan perbaikan produk agar kualitas dan brand tetap

terjaga; (b) catatan *varian produk*, perlu melakukan pencatatan detil mengenai spesifikasi setiap varian produk, hal ini bertujuan untuk identifikasi kelayakan pengembangan produk yang disesuaikan dengan volume penjualan atas suatu varian produk; (c) Tetapkan tenggat waktu (*deadline*), bermanfaat terhadap pelaksanaan program kerja yang telah diagendakan. Idealnya penyusunan *deadline* dan tempo waktu dilakukan pada awal perencanaan varian produk hingga pasca peluncuran varian produk tersebut di pasar.

#### b. Perencanaan Bisnis

Setelah melakukan identifikasi peluang bisnis, pelaku usaha diharapkan memiliki gambaran umum mengenai hasil usaha yang diinginkan, bagaimana memperoleh sumber daya, meningkatkan kompetensi dan keahlian sumber daya manusianya dan menghasilkan rencana untuk mencapai hasil yang diharapkan. Uraian tersebut merupakan bagian dari perencanaan bisnis, dalam mengelola manajemen usaha, maka pelaku usaha perlu terlebih dahulu merumuskan bagaimana proses perencanaan strategi bisnis dilakukan, hal ini penting untuk merumuskan antara lain merumuskan misi dan misi usaha, menganalisis lingkungan, terutama terkait dengan pelanggan dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis dan merumuskan strategi bisnis.

Pelaku UMKM pada umumnya mengabaikan perencanaan bisnis yang metinya terlebih dahulu dilakukan proses perencanaan strategi bisnis dalam menjalankan usaha, hal demikian juga dilakukan oleh mitra UMKM dalam menjalankan usaha tidak memiliki formula perencanaan bisnis maupun proses perencanaan strategi bisnisnya, yang dikedepankan adalah ide/gagasan produk yang dihasilkan memiliki nilai pasar di masyarakat (*marketable*). Untuk itu direkomendasikan untuk melakukan perencanaan bisnis dengan melakukan tahapan strategi bisnis yang mencakup antara lain, merumuskan misi dan misi, menganalisis lingkungan yang fokus pada segmentasi pasar dan pesaing, menetapkan sasaran bisnis serta merumuskan strategi bisnis.

#### c. Perencanaan Pemasaran

Keberhasilan suatu usaha terletak pada strategi dan terobosan-terobosan pemasaran

yang dilakukan oleh pelaku usaha efektif berdampak pada nilai penjualan. Untuk itu mengelola usaha perlu melakukan langkah-langkah dalam perencanaan pemasaran yang merupakan proses memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi) untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Diperlukan untuk merubah paradigma berpikir pelaku UMKM pada umumnya dan khususnya kepada mitra UMKM dari pemahaman konsep berwawan penjual menjadi konsep wawasan pemasaran. Konsep berwawasan penjualan berpendapat bahwa kalau konsumen dibiarkan begitu saja mereka tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah memadai. Oleh karena itu, pelaku usaha harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Sedangkan konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemenuhan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

Orientasi pemasaran memang harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai obyek untuk ciptakan laba usaha, bukan mendorong volume penjualan besar untuk ciptakan laba usaha, hal ini belum menjadi paradigma atau pola pikir kebanyakan pelaku usaha mikro, termasuk mitra UMKM, pengenalan produk dan *brand* dilakukan secara konstan dengan memanfaatkan media digital yang didukung kemampuan visualisasi dan diskripsi produk yang menarik, untuk itu rekomendasi yang diberikan yakni: (a) Melakukan strategi pemasaran efektif yang mampu mengidentifikasi peluang pasar melalui tingkat perluasan produk/pasar yang memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran (*target market*); (b) Perlu miliki dukungan database informasi mengenai riwayat transaksi pelanggan di masa lalu, demografis, psikografis, media dan distribusi yang lebih disukai dengan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi; (c) Penetapan strategi pemasaran untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target yang tentunya bermanfaat untuk pengembangan produk baru, strategi peluncuran produk baru, strategi pemasaran yang berhubungan dengan kompetitor dan pengikut pasar.

## Manajemen Keuangan

Pembenahan terkait manajemen keuangan fokus pada kegiatan perencanaan, pengelolaan, penyimpanan serta pengendalian dana dan aset yang dimiliki mitra UMKM. Pengelolaan keuangan harus direncanakan dengan matang agar tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari yang mengakibatkan mengganggu kelangsungan dan kinerja usaha mitra UMKM. Untuk itu pemahaman terkait dengan fungsi dan prinsip manajemen keuangan, tertib administrasi sebagai basis manajemen keuangan UMKM serta laporan keuangan perlu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas usaha yang dilakukan.

Sebagaimana pada umumnya pelaku UMKM di Indonesia dalam kegiatan usahanya dilakukan tanpa dukungan informasi keuangan yang disusun secara sistematis, tertib dan teratur, hal ini juga dilakukan oleh mitra UMKM, dalam melakukan kegiatan usahanya tanpa melakukan penyusunan laporan keuangan sebagai dasar dalam mengambil keputusan. Pengalaman dan intuisi digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan, sehingga permasalahan yang timbul terkait dengan kegiatan usaha diselesaikan secara mandiri tanpa dukungan informasi keuangan yang melatarbelakangi.

Mitra UMKM dalam menjalankan usahanya hanya fokus pada aktivitas produksi dan pemasaran, sedangkan terkait penyusunan laporan keuangan diabaikan atau belum menjadi perhatian yang perlu tersedia, sehingga mengakibatkan tidak mengetahui besaran pendapatan (kas) yang diterima, berapa besaran biaya operasi yang dikeluarkan dan berapa yang seharusnya tersisa. Posisi kas yang diterima (yang terdapat di rekening Bank) hanya diketahui oleh mitra UMKM, bila bermaksud untuk melakukan perencanaan dalam aktivitas usahanya, yang biasanya tidak tersusun secara rapi, maka mengakibatkan akan berdampak pada kesulitan dalam alokasi kas yang dikelolanya. Bila permasalahan laporan keuangan terus terabaikan, seiring dengan semakin luas kegiatan usahanya, maka pelaku usaha akan tidak mampu lagi memantau kegiatan usaha yang sedang berjalan, misalnya terkait aktivitas produksi, jumlah dan aktivitas penjualan, jumlah dan kondisi aktiva tetap dan lainnya. Permasalahan hal tersebut bisa diselesaikan bila pelaku usaha melakukan pencatatan atau menyusun laporan keuangan dan ditindaklanjuti dengan menganalisisnya.

Penting untuk mendorong para pelaku UMKM melakukan penyusunan laporan keuangan rutin secara periodik, karena hal ini merupakan ukuran kinerja dari kegiatan usaha yang dilakukannya. Demikian juga kepada mitra UMKM dalam kegiatan pendampingan ini diberikan pemahaman materi mengenai penyusunan laporan keuangan dengan mengaplikasikan pembukuan transaksi keuangan yang dilakukan dengan metode praktikum penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha, berikut pencatatan perhitungan laba/rugi usahanya.

Rekomendasi yang perlu dilakukan oleh mitra UMKM setelah mendapatkan materi manajemen keuangan dengan metode pembelajaran aplikatif, antara lain:

### i. Penyusunan Laporan Keuangan

Salah satu keberhasilan pengembangan usaha juga ditentukan oleh dukungan Penyusunan Laporan Keuangan yang dilakukan, karena Laporan Keuangan dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam pengembangan pasar, ekspansi maupun investasi. Disamping itu Laporan Keuangan dapat berfungsi sebagai pedoman dalam monitoring maupun perencanaan usaha di masa yang akan datang, selain digunakan untuk memperoleh sumber pembiayaan/pendanaan dari kreditur. Selama pendampingan kepada mitra UMKM kurang memiliki kesadaran pentingnya fungsi dari Laporan Keuangan, hal ini ditunjang dengan kurangnya pengetahuan metode pencatatan dan pelaporan keuangan yang semestinya. Dampak atas permasalahan tersebut memiliki potensi terhadap kesulitan bila mitra UMKM melakukan pengembangan usaha yang membutuhkan sumber pendanaan/ pembiayaan dari lembaga kreditur. Sedangkan lembaga kreditur dalam memberikan persetujuan pembiayaan didasarkan pada informasi prospek usaha yang tersajikan dalam Laporan Keuangan.

Atas permasalahan dimaksud, solusi yang direkomendasikan yakni memberikan pelatihan mengenai Penyusunan Laporan Keuangan dengan metode diskusi interaktif dengan mengaplikasikan materi yang disampaikan. Materi pelatihan mencakup pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Materi penyusunan laporan keuangan menjelaskan peran penting dari laporan keuangan, pencatatan keuangan secara sederhana, penyusunan laporan keuangan yaitu mengenai Laporan Laba Rugi, Neraca.

Materi pelatihan diberikan dengan metode pendampingan untuk melakukan penyusunan

pencatatan laporan keuangan secara aplikatif dengan cakupan materi pembukuan sederhana, pencatatan transaksi melalui tabel persamaan dasar akuntansi yang dapat disusun laporan keuangan Neraca dan Laporan Laba-Rugi yang telah mencakup informasi kekayaan usaha, sumber dana usaha dan prospek usaha ke depan. Dalam penyampaian materi dengan tujuan mitra UMKM dapat mengaplikasikan, maka diberikan soal kasus berikut penyelesaiannya di didiskusikan selama pelaksanaan pelatihan. Metode dengan pratikum langsung dengan menyusun laporan keuangan dan disertai diskusi dan tanya jawab menjadikan pelatihan relatif dapat diserap mitra UMKM dengan baik.

## ii. Manajemen Kas

Bagi pelaku usaha, kas merupakan jantung operasional kegiatan usaha yang dilakukannya, tanpa kecukupan likuiditas kas, maka akan mengganggu aktivitas dalam mempertahankan usahanya. Untuk itu manajemen kas penting diaplikasikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam suatu kegiatan usaha. Pada umumnya pelaku UMKM mengabaikan pentingnya manajemen kas sebagai pilar pendukung eksistensi usaha bisnis mereka. Demikian juga yang terjadi pada mitra UMKM, pengelolaan kas dilakukan secara konvensional, hanya dicatat secara sederhana yang tidak mencerminkan kegiatan usaha sebagaimana mestinya, sehingga kondisi pengelolaan kas tidak mencerminkan posisi likuiditas yang dapat digunakan sebagai referensi dalam memutuskan pengembangan usaha. Rekomendasikan yang perlu dilakukan mitra UMKM yakni melakukan manajemen kas, karena memiliki dampak pengaruh terhadap pertumbuhan usaha yang dilakukan. Untuk itu kepada mitra UMKM diberikan pelatihan mengenai manajemen kas baik secara teoritis maupun secara aplikatif, sehingga pengelolaan kas dapat membantu mitra UMKM dalam posisi likuiditas yang aman karena hal ini memiliki tujuan kondisi kas harus selalu terjaga likuiditasnya untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Disamping itu perencanaan kas yang baik memungkinkan mitra UMKM dapat memprediksi kebutuhan dana yang diperlukan untuk mendukung peningkatan skala produksi yang diinginkan. Perlu adanya pemahaman bagi mitra UMKM bahwa kas memiliki pengaruh positif terhadap kemampuan menghasilkan laba. Likuiditas kas akan mampu mendukung kegiatan produksi yang pada akhirnya turut

memberikan kontribusi terciptanya laba dari kegiatan usaha yang dilakukan.

Adapun hasil dan luaran yang telah dicapai selama pendampingan dan pelatihan sebagaimana diuraikan berikut. Pendampingan dilakukan melalui bimbingan dan pelatihan di bidang manajemen usaha yang fokus pada materi berikut:

### i. Identifikasi Peluang Usaha

Mitra UMKM dalam melakukan usaha tanpa melakukan pentingnya melakukan identifikasi peluang usaha. Setelah mendapatkan pemahaman selama pendampingan, mitra UMKM mampu melakukan identifikasi dan membaca kebutuhan konsumen yang digunakan sebagai referensi penciptaan berbagai varian produk dengan menyertakan gagasan/ide kreatif sebagai fitur tambahan dalam produk yang dihasilkan sehingga memiliki nilai ekonomi tinggi dan memiliki nilai pembeda dibandingkan dengan produk pesaing.

### ii. Perencanaan Usaha

Pendampingan yang dilakukan kepada mitra UMKM dengan pendekatan diskusi dan konsultasi yang menyertai dari paparan materi terkait perencanaan usaha yang sebelumnya terabaikan, dengan pendekatan umpan balik, mitra UMKM telah mampu mendeskripsikan dengan baik komponen-komponen yang perlu ada dalam perencanaan usaha, misalnya deskripsi bisnis, deskripsi usaha ini berfungsi untuk mendeskripsikan terkait mengenai ide-ide dan gagasan bisnis yang akan dilakukan kedepannya. Berikturnya terkait dengan strategi pemasaran yang dilakukan, mitra UMKM telah mempelajari segala hal tentang kelebihan dan kekurangan kompetitor.

### iii. Perencanaan Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan oleh mitra UMKM telah menggunakan berbagai strategi yang cukup efeksi dengan mampu mengidentifikasi peluang pasar, melalui tingkat perluasan produk/pasar yang disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran (*target market*) dengan memanfaatkan berbagai *platform* media digital.

Dalam kegiatan usahanya mitra UMKM mengabaikan pencatatan setiap kegiatan transaksi, sehingga:

#### a. Penyusunan Laporan Keuangan

Mitra UMKM sebelum dilakukan pendampingan, aktivitas kegiatan usaha tidak

dilakukan pencatatan, namun dengan diberikan pemahaman bahwa laporan keuangan memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan usaha, maka penyusunan laporan keuangan dilakukan rutin secara periodik, karena merupakan ukuran kinerja dari usaha yang dilakukannya. Pelatihan mengenai penyusunan laporan keuangan dilakukan secara aplikatif dengan metode pratikum mengenai penyusunan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan perhitungan laba/rugi. Dokumentasi ketika pelatihan penyusunan laporan keuangan disajikan pada Gambar 4.



(d)

**Gambar 4.** Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

b. Manajemen Kas

Penerapan manajemen kas selama ini diabaikan oleh mitra UMKM dalam aktivitas usaha yang dilakukannya, namun dalam pendampingan dan diskusi, serta pendalaman materi yang diberikan, mitra UMKM telah melakukan pencatatan setiap aliran kas dalam transaksi yang dilakukannya. Mitra UMKM menyadari bahwa penerapan manajemen kas mutlak dilakukan, karena berdampak pada pertumbuhan usaha. Manajemen kas akan membantu mengelola posisi likuiditasnya dengan aman untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha. Untuk itu perencanaan kas perlu dilakukan dengan tepat, guna memprediksi kebutuhan dana untuk mendukung peningkatan skala produksi. Likuiditas kas digunakan untuk mendukung kegiatan produksi yang turut memberikan kontribusi penciptaan laba. Dokumentasi ketika pratikum manajemen kas disajikan pada Gambar 5.



(a)



(b)



(c)



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 5. Pratikum Manajemen Kas

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Selama pelaksanaan pendampingan dan pelatihan yang diberikan kepada mitra UMKM, telah tercapai beberapa kegiatan, antara lain: (1)

Dalam penerapan manajemen usaha, mitra UMKM menjalankan kegiatan usahanya mengawali perencanaan dengan mengatur dari berbagai aspek, misalnya bahan baku, produksi sampai menyusun strategi pemasarannya. (2) Dalam mendukung kegiatan usahanya, mitra UMKM mulai memiliki pemahaman pentingnya peran manajemen keuangan dalam menyertai operasional usaha yang dilakukan. Mitra UMKM telah menyusun laporan keuangan secara periodik dengan melakukan pencatatan atas transaksi keuangan usaha dan pencatatan laba/rugi, (3) Penyusunan laporan keuangan yang dilakukan mitra UMKM, berdampak pada penerapan manajemen kas dan hal ini membantu dalam mengelola posisi likuiditas untuk mendukung kelancaran kegiatan pengembangan usaha yang dilakukannya. Perencanaan kas yang tepat akan berperan untuk memprediksi kebutuhan dana dalam mendukung kegiatan produksi yang akan memberikan kontribusi dalam penciptaan laba.

Selama pendampingan kepada mitra UMKM Bakul Kembang *Official* dalam upaya peningkatan usaha kedepan, sumbang saran yang bisa ditindaklanjuti antara lain: (1) Mitra UMKM perlu terus berkreasi menuangkan gagasan/ide untuk menghasilkan produk-produk baru sebagai tindakan diversifikasi guna menjaga kelangsungan usaha, termasuk memiliki kepekaan terhadap perubahan perilaku konsumen serta memonitor perkembangan produk sejenis dari kompetitor, (2) Kesenambungan program kegiatan sejenis yang diintegrasikan dengan lintas kepentingan perlu terus dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha mikro, sehingga pelaku usaha UMKM mendapatkan manfaat yang menyeluruh sesuai dengan cakupan usaha UMKM, (3) Produk dan *brand* perlu didaftarkan sebagai hasil kreativitas kekayaan intelektual, untuk itu perlu didaftarkan mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), (4) Perlu peningkatan kemampuan ketrampilan untuk menghasilkan produk berkualitas dan memiliki nilai ekonomis tinggal dan berdaya saing, untuk itu perlu mengalokasikan waktu untuk mengikuti *workshop*/pelatihan di bidang manajemen, teknologi digital, pemasaran dan lainnya.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada UMKM Bakul Kembang *Official* sebagai mitra dalam kegiatan abdimas, LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

serta sejumlah mahasiswa yang telah berkolaborasi bersama tim abdimas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Catriana, E. (2021). *Kemendag Beberkan 5 Masalah yang Dihadapi UMKM Selama Pandemi*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/25/125859826/kemendag-beberkan-5-masalah-yang-dihadapi-umkm-selama-pandemi>. Diakses tanggal 31 September 2021.
- Fadjarudin, M. (2021). *Pemerintah Siapkan Berbagai Program Bantuan untuk UMKM*. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2021/pemerintah-siapkan-berbagai-program-bantuan-untuk-umkm/>. Diakses tanggal 30 September 2021.
- Fatwitawati, R. (2018). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha*, 1(1): 225-229.
- Kementerian Keuangan. (2021). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>. Diakses tanggal 27 November 2021.
- Kotler, P. G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Machfoedz, M. (1993). *Akuntansi Manajemen Buku 1 Edisi Keempat*. BPFE Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Puspitaningtyas, Z. (2013). Pola Pengelolaan Kas bagi Pelaku UKM Berdasarkan Orientasi Entrepreneurial. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2(1): 93-100.
- Putri, R. L., & Musmini, L. S. (2013). Pengaruh Perputaran Kas terhadap Profitabilitas pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Periode 2008 – 2012. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 3(2): 142-152.
- Sukanti. (2014). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. Pustaka UT. [www.pustakaut.ac.id](http://www.pustakaut.ac.id). Diakses tanggal 2 November 2021.
- Trisninawati & Septhayuda, I. (2014). Peran Rencana Bisnis Sebagai Alat Untuk Meningkatkan Keberhasilan Usaha (Studi Kasus UMKM di Bawah Binaan Bina Darma Entrepreneurship Center (BDEC). *Journal & Proceeding FEB UNSOED*, 4(1), 376-388.
- Waskita, A. J., & Noviany, D. (2019). *Manajemen Keuangan, Aplikasi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Edisi Pertama, Cetakan 1*. Expert. Yogyakarta.
- Zulkipli & Muharir. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah. STIEBIS. Indo Global Mandiri*, 1(1).