

Ketangguhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Ngrandulor Kabupaten Jombang

Omi Pramiana, Suluh Agus Hendrawan
STIE PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi*: omi.dewantara@gmail.com

Diserahkan: 14 Mei 2020, Direvisi: 5 Nopember 2020, Tersedia daring: 21 Desember 2020

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Ngrandulor Jombang dalam penyusunan laporan keuangan, promosi serta melakukan inovasi. Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM Desa Ngrandulor Jombang sebanyak 15 pelaku usaha mayoritas perdagangan dan 30 anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Kegiatan ini juga didukung oleh perangkat Desa Ngrandulor Jombang. Masalah umum yang dihadapi mitra adalah kesulitan penyusunan laporan keuangan serta kurangnya kreativitas dalam melakukan promosi dan inovasi. Kegiatan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan secara intensif selama 2 (dua) minggu. Hasil dari kegiatan tersebut adalah peningkatan kemampuan mitra dalam penyusunan laporan keuangan, pembuatan promosi yang menarik serta pengembangan inovasi produk.

Kata Kunci: UMKM, laporan keuangan, promosi, inovasi

Abstract

The purpose of this community service activity is to improve the ability of micro, small, and medium enterprises (UMKM) in Ngrandulor Jombang Village in preparing financial reports, promoting, and making innovations. The partners involved in this activity were the MSME players in Ngrandulor Jombang Village, as many as 15 business players, the majority of whom were trading, and 30 members of Family Welfare Empowerment (PKK). The village apparatus of Ngrandulor Jombang also supported this activity. Partners' common problems are difficulties in preparing financial reports and a lack of creativity in promoting and innovating. Activities carried out in the form of intensive training and mentoring for 2 (two) weeks. The result of these activities is an increase in partners' ability to prepare financial reports, make attractive promotions, and develop product innovations.

Keywords: MSMEs, financial reports, promotion, innovation

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Memang hal yang sangat menarik untuk terus mengkaji Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), baik dari aspek ketahanan, pembiayaan, perolehan pinjaman maupun manajerial usahanya. Secara umum peran usaha mikro dan kecil dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami kenaikan dibanding sebelum krisis, bersamaan dengan merosotnya usaha menengah dan besar, terutama pada puncak krisis ekonomi tahun 1998 dan 1999, namun kemudian tergeser kembali oleh usaha besar. Usaha kecil telah pulih dari krisis pada tahun 2001, dan usaha besar baru pulih dari krisis pada tahun 2003, sedang untuk usaha menengah diperkirakan pulih pada tahun 2004. Krisis ekonomi mengakibatkan Indonesia tertinggal tujuh tahun dibandingkan negara lain dalam membangun daya saing perekonomian nasionalnya. (Setyawati, 2009:25).

Terdapat beberapa aspek yang menjadikan UMKM mampu bertahan di masa krisis ekonomi, dimana umumnya UMKM menghasilkan produk konsumsi dan jasa

yang sangat dekat dengan kebutuhan masyarakat. Selanjutnya bahan baku produksi yang digunakan UMKM didapatkan dari sumber daya local, bukan dari barang impor. Terakhir, sumber modal UMKM tidak mengandalkan pinjaman dari sector perbankan sehingga dengan kondisi perbankan saat itu yang bunganya melambung tinggi tidak mempengaruhi produktivitas UMKM

Keunggulan umum yang dimiliki usaha mikro dan kecil dalam bidang memanfaatkan sumberdaya alam dan padat karya adalah, perkebunan, peternakan, perikanan, pertanian tanaman pangan, perdagangan dan restoran. Penciptaan nilai tambah di sektor persewaan, hotel, keuangan, jasa perusahaan dan kehutanan merupakan keunggulan dari usaha menengah. Industri pengolahan, pertambangan, komunikasi, listrik dan gas merupakan keunggulan dari sektor usaha besar. Didalam praktek bisnisnya usaha mikro, kecil, menengah, dan usaha besar dapat membuktikan saling melengkapi (Setyawati, 2009:25)

Beberapa decade yang lalu telah menyebar adanya Industry 4.0, awali dengan adanya pembaruan disegala aspek kehidupan menggunakan teknologi sebagai penggerak utamanya tak terkecuali pada UMKM.

Revolusi industri 4.0 tentunya membuka tantangan sekaligus bagi UMKM demi kelangsungan usahanya. Diantara tantangan tersebut adalah pertama masalah permodalan dimana sulitnya UMKM mendapatkan pinjaman modal dari sector perbankan. Kedua masalah perizinan, ketiga masalah pemasaran dan keempat masalah inovasi.

Setiap pelaku usaha dalam bisnis skala mana pun memiliki kebiasaan atau cara tertentu untuk mencatat atau menuliskan sesuatu sehubungan dengan bisnis yang digelutinya yang dipandang penting. Misalnya jumlah barang yang dibeli dan dijual, jumlah uang yang diterima dan dikeluarkanyang sifatnya mengingatkan. Para pelaku bisnis memiliki kebiasaan mencatat transaksi dagang secara sederhana dan tidak lengkap dimana skala usahanya relatif kecil khususnya sektor informal. Para pelaku usaha dapat menghitung keuntungan tanpa melalui laporan akuntansi, dengan bantuan ingatan dan keterampilan (Hironnymus Jati dkk, 2004).

SAK ETAP mengatur pembuatan laporan keuangan UMKM dimana merupakan standar akuntansi keuangan untuk Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (ETAP). SAK ETAP merupakan PSAK yang disederhanakan sehingga terdapat pilihan pada alternatif yang lebih standar, penyederhanaan pengakuan dan pengukuran, serta mengurangi pengungkapan. SAK ETAP adalah standar yang berdiri sendiri secara keseluruhan (*stand alone*) (Ulfah, 2016: 10).

Selain penyusunan laporan keuangan dan perizinan, para pelaku UMKM perlu memikirkan inovasi dan promosi guna mengembangkan usahanya. Di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu melakukan pemberdayaan dengan mengadapai tantangan global, seperti pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, perluasan area pemasaran serta meningkatkan inovasi produk dan jasa. Hal ini perlu dilakukan utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian banyak di sentra industri dan manufaktur di Indonesia untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

2. Profil Mitra

Desa Ngrandulor adalah salah satu Desa yang berada di Kabupaten Jombang, tepatnya di Kecamatan Peterongan. Jarak dari Pemerintah Kabupaten Jombang ke Desa Ngrandulor \pm 13 KM. Desa Ngrandulor terdiri dari 7 Dusun 12 RW (Rukun Warga) dan 26 RT (RukunTetangga). Luas wilayah Desa Ngrandulor adalah 308.817 Ha. Sebanyak 311 jiwa penduduk yang bermata pencharian sebagai wiraswasta.

Desa Ngrandulor Jombang memiliki potensi UMKM yang banyak untuk bisa dikembangkan seperti usaha ternak lele, ayam, catering dll. Sayangnya dalam menjalankan usahanya tidak didukung dengan pemahaman akan penyusunan laporan keuangan sehingga usahawan tidak dapat membedakan uang pribadi dan usaha sehingga tidak dapat menghitung berapa profit bersih yang didapatkan dari usahanya. Disisi lain para pelaku UMKM tidak memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi sehingga produk yang dihasilkan hanya itu-itu saja, disisi lain para pelaku UMKM juga tidak dapat melakukan promosi melalui digital marketing sehingga pangsa pasarnya kurang meluas.

B. TINJAUAN PUSTAKA

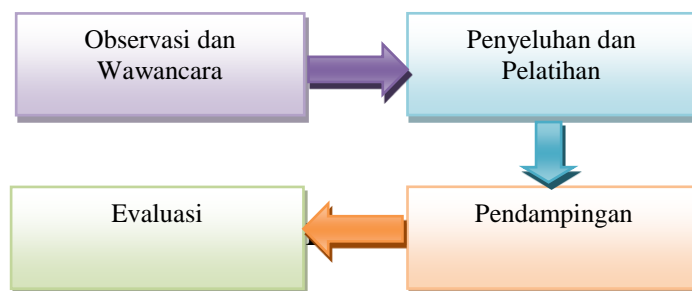
Presiden Joko Widodo melalui kabinetnya saat ini sedang memprioritaskan pembinaan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui berbagai skema antara lain bekerja sama dengan institusi perguruan tinggi guna meningkatkan daya saing (UMKM). Jenis kegiatan UMKM dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi unit usaha produktif yang berdiri sendiri. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada omset rata-rata per tahun, nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan) atau jumlah pekerja tetap (Tambunan, 2012).

Agar UMKM dapat berdaya, maka dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak antara lain dukungan pendanaan dari perbankan. Agar usaha UMKM dapat didanani bank, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi antara lain adalah tersedianya laporan keuangan yang sesuai standar. Namun hal ini tidak sepenuhnya dapat dilakukan oleh UMKM khususnya standar yang sesuai dengan Eksposur Draft (ED) Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Entitas Mikro Kecil Menengah (EMKM). ED SAK EMKM ditujukan untuk digunakan oleh entitas yang tidak atau belum mampu memenuhi persyaratan akuntansi yang diatur dalam SAK Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. ED SAK EMKM tidak memberikan definisi dan kriteria kuantitatif entitas mikro, kecil, maupun menengah. UndangUndang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat digunakan sebagai acuan dalam mendefinisikan dan memberikan rentang kuantitatif tersebut (IAI, 2016: 01).

Kendala lain yang dihadapi pelaku UMKM adalah promosi yang kurang gencar serta inovasi produk yang kurang. Menurut Hasan (2009:10), promosi sebagai fungsi pemasaran yang menitikberatkan pada komunikasi program-program pemasaran secara persuasive kepada target calon pelanggan untuk meningkatkan terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan pelanggan. Sedangkan inovasi merupakan suatu perubahan yang dilakukan dalam sekumpulan informasi yang berhubungan dengan input dan output (Hubeis, 2012:67).

C. METODE PENELITIAN

Jenis kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Ngrandulor dilaksanakan di balaidesa Tejo Kecamatan Peterongan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Ngrandulor dengan melakukan pendampingan pemberian materi tentang penyusunan laporan keuangan, promosi dan inovasi UMKM. Adapun rangkaian kegiatan yang dilakukan ada empat tahap mulai dari observasi dan wawancara, penyeluhan dan pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Metode pelaksanaan kegiatan dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui empat tahap. Pertama adalah melakukan observasi dan wawancara dengan perangkat desa Ngrandulor dan para pelaku UMKM. Setelah melakukan observasi dan wawancara guna mengetahui potensi dan hambatan yang dialami oleh pelaku usaha, selanjutnya dilakukan penyeluhan, pelatihan dan pendampingan hal-hal yang berkaitan dalam penyusunan laporan keuangan, pemberian contoh inovasi dan bagaimana membuat promosi usaha yang menarik. Kegiatan ini dilakukan secara intensif selama kurang lebih 2 (dua) minggu. Kegiatan terakhir dengan melakukan evaluasi hasil kegiatan yang telah diterapkan oleh para pelaku usaha. Tahapan evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan serta untuk mendapatkan informasi apakah setelah pelatihan mitra mampu menyusun laporan keuangan sesuai panduan. Selain itu, kegiatan evaluasi ini juga untuk mendapatkan informasi apakah mitra sudah melakukan inovasi produknya serta mempromosikan dengan cara yang unik.

D. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat di desa Ngrandulor dilakukan secara rutin dengan cara melakukan pendampingan serta diskusi secara intensif.

1. Kegiatan Observasi dan Wawancara

Kegiatan pertama dengan melakukan observasi potensi desa Ngrandulor. Observasi potensi desa dilakukan pada 7 Dusun 12 RW (Rukun Warga) dan 26 RT (Rukun Tetangga) untuk mengetahui kegiatan usaha yang dilakukan masyarakat Desa Ngrandulor. Dengan tujuan untuk mengetahui apa saja potensi yang ada di Desa Ngrandulor yang bisa dijadikan inovasi di desa Ngrandulor. Diketahui bahwa banyak kegiatan usaha yang dilakukan warga desa yang menjadi potensi untuk dapat dikembangkan kembali. Diharapkan dengan adanya pengembangan potensi desa yang di inovasi ini, dapat bermanfaat bagi warga untuk dijadikan sumber ekonomi desa yang lebih baik. Berdasarkan hasil survey pendataan potensi yang ada di Desa Ngrandulor, sebagai berikut:

Tabel 1. Pendataan Potensi Desa Ngandolor

Dusun	Jenis Usaha							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Ngumpak	√	√		√				
Balongsanggang	√				√			
Kepuhsari		√						
Ngrandon				√	√			
Macekan		√		√	√	√	√	√
Sucen			√					
Gempoldampet		√						

Keterangan :

1 = Molen, 2 = Ternak lele, 3 = Kripik/Krupuk, 4 = Ternak Ayam Petelor, 5 = Mebel, 6 = Jamu, 7 = Kopi, 8 = Jampel

Setelah melakukan observasi dilapangan banyak keluhan desa akan adanya beberapa kegiatan UMKM yang mengganggu masyarakat seperti ternak lele dan ternak ayam petelor dimana tidak ada ijin usaha, bau tidak sedap, limbah kotoran serta tanggung jawab social kepada masyarakat yang dilakukan oleh pemilik.

Ada beberapa masalah yang dihadapi para pelaku UMKM Desa Ngrandolor. *Pertama* adalah masalah permodalan. Banyak pelaku usaha kekurangan modal dalam mengembangkan usahanya. Pengajuan pinjaman dapat dilakukan pada kegiatan BUMDes desa Ngrandolor namun bantuan dana yang didapatkan terkadang masih kurang dalam operasi usaha, sehingga perlu melakukan pinjaman pada bank. Dalam sistem bank yang meminta para pelaku usaha menunjukkan laporan keuangan sebagai gambaran operasi usaha tentu membuat kesulitan bagi mereka karena sebagian besar pelaku desa Ngrandolor tidak dapat membuat laporan keuangan baik secara sederhana untuk keperluan permodalan hal ini membuat pelaku usaha terpaksa melakukan pinjaman kepada lembaga keuangan mikro dengan beban dan resiko yang cukup tinggi.

Kedua adalah kegiatan pemasaran. Pengetahuan tentang pemasaran dirasa masih kurang dimiliki oleh para pelaku UMKM desa Ngrandolor karena selama ini hanya menjalankan metode penjualan secara tradisional saja. Para pelaku UMKM desa Ngrandolor kurang memahami akan metode pemasaran yang saat ini sudah berkembang seperti pemasaran secara online karena kurangnya pengetahuan terhadap internet dan perkembangan teknologi.

Ketiga adalah inovasi. Para pelaku UMKM desa Ngrandolor lebih suka membuat produk produk sesuai dengan selera sendiri dan sudah cukup puas dengan produk yang dihasilkan tanpa ada perubahan perubahan yang disesuaikan dengan selera konsumen. Para pelaku UMKM desa Ngrandolor selalu berfokus pada kualitas produksi barang menurut ukuran mereka sehingga kurang memperhatikan perkembangan inovasi yang dapat menyaingi produknya.

2. Kegiatan Penyeluhan dan Pelatihan

Setelah mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan mitra, maka kegiatan selanjutnya adalah dengan melakukan pendampingan sesuai dengan kebutuhan.

a. Penyusunan Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu. Tujuan laporan keuangan menunjukkan posisi perusahaan terkini dimana keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi) (Kasmir, 2013:07).

Dalam ED SAK EMKM, laporan keuangan entitas disusun menggunakan asumsi dasar akrual dan kelangsungan usaha, sebagaimana yang digunakan oleh entitas selain entitas mikro, kecil, maupun menengah, serta menggunakan konsep entitas bisnis. Laporan keuangan entitas terdiri dari: (a) laporan posisi keuangan, (b) laporan laba rugi, dan (c) catatan atas laporan keuangan (IAI, 2016:07).



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan

b. Promosi

Promosi merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2008). Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa, yang memuaskan kebutuhan kepada pembeli. Promosi yang dilakukan UMKM di desa Ngrandulor masih sangat sederhana perlu adanya strategi yang menarik.

c. Inovasi Produk

Menurut Suryani (2008), inovasi merupakan konsep yang tidak hanya terbatas pada produk namun sangat luas. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang asumsikan sebagai sesuatu yang baru. Inovasi sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami. Inovasi akan produk belum pernah dilakukan oleh pelaku UMKM desa Ngrandulor sehingga perlu dilakukan pendampingan salah satu contoh produk yang bisa dilakukan oleh UMKM desa Ngrandulor khususnya pelaku peternak lele. Tujuannya adalah untuk menciptakan produk yang dapat di unggulkan warga Desa Ngrandulor dan memberikan ketrampilan baru yang ada di Desa Ngrandulor. Sosialisasi ini dihadiri oleh anggota PKK dan pelaku usaha di Desa Ngrandulor. Dalam kegiatan ini peserta dapat ikut serta aktif dalam diskusi mengenai pemanfaatan ikan lele, antara lain memanfaatkan ikan lele untuk menjadi produk olahan berupa kripik lele, nugget lele dan kripik tulang lele



Gambar 3: Inovasi produk olahan dari ikan Lele

3. Evaluasi Hasil Kegiatan

Dari rangkaian kegiatan pendampingan yang telah dilakukan selanjutnya akan dilakukan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi diketahui bahwa mitra mampu menyerap materi pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan. Peserta pelatihan telah mampu menyusun laporan keuangan secara sederhana, mempromosikan produk secara online melalui media sosial facebook, instagram, serta berinovasi dalam produk olahan ikan Lele. Namun demikian, dari hasil evaluasi juga diketahui bahwa diperlukan pendampingan lanjutan khusus untuk penyusunan laporan keuangan yang lebih baik.



Gambar 4. Kegiatan Pendampingan

E. PENUTUP

Dari rangkaian kegiatan pendampingan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha di desa Ngrandu Lor telah mampu mengikuti dan menyerap materi pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan oleh tim penulis. Hal ini tampak dari kemampuan penyusunan laporan keuangan secara sederhana, melakukan promosi secara online serta melakukan inovasi berupa produk olahan dari ikan Lele. Kegiatan pendampingan ini diharapkan tidak berhenti sampai disini, namun dilanjutkan dengan kegiatan lanjutan guna memperkuat hasil pendampingan yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta : MedPress
 Hubeis, Musa. 2012. *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama

- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Wali Pers
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama
- Rifa'i, Bachtiar. 2013. Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol. 1, No. 1, Januari 2013*.
- Setyawati, Irma. 2009. *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian Nasional*. Stima Kosgoro: WIDYA Tahun 26 Nomor 288 September 2009
- Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia.2016. *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Exposure Draft diterbitkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, Jakarta: LP3ES
- Ulfah, Ika Farida. 2016. *Akutansi Untuk UMKM*. Surakarta: Penerbit CV Kekata Group