



Optimalisasi UMKM Tempe Skala *Home Industry* di Desa Bulakwaru Melalui Sosialisasi Pembukuan Keuangan

Fatona Suraya^{1✉}, Devanda Prastiyo¹, Erlangga Jautsani²,
Nur Fitriani³, Tiara Sabilah Adhani⁴

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

²Sastra Jawa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

³Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

⁵Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang

Abstrak. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian. Namun untuk dapat berkembang, seringkali mereka menghadapi masalah yaitu kesulitan akses modal dan kelemahan di segi pemasaran. Kesulitan mengakses modal ini dapat dikarenakan banyak faktor, salah satunya UMKM belum memiliki pembukuan keuangan yang jelas sehingga lembaga permodalan enggan memberikan akses permodalan. Dari permasalahan tersebut kami mahasiswa KKN BMC 1 Universitas Negeri Semarang Desa Bulakwaru memiliki program untuk melakukan pengabdian terkait hal tersebut kepada UMKM tempe yang ada di Desa Bulakwaru. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan pentingnya pengelolaan keuangan usaha kecil, kemudian melakukan pelatihan pencatatan transaksi harian serta mendampingi penyusunan laporan keuangan guna mengoptimalkan kemampuan usaha kecil. Pelaksanaan program sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan langsung (pemaparan materi) dan diskusi. Hasil dari sosialisasi kepada para pelaku UMKM yaitu pelaku UMKM dapat memahami penjelasan mengenai pembukuan keuangan dan diharapkan dapat mengimplementasikan pencatatan keuangan untuk usaha kecil secara maksimal.

Abstract. SMEs have an important role in the economy. However, to be able to develop, they often face problems, namely difficulties in accessing capital and weaknesses in terms of marketing. This difficulty in accessing capital can be due to many factors, one of which is that SMEs do not yet have clear financial books so that capital institutions are reluctant to provide access to capital. From these problems, we students of KKN BMC 1 Semarang State University, Bulakwaru Village, have a program to do service related to this matter to SMEs tempe in Bulakwaru Village. This community service aims to introduce the importance of small business financial management, then conduct training on recording daily transactions and assisting in the preparation of financial reports in order to optimize the ability of small businesses. The implementation of the socialization program was carried out through direct counseling (material presentation) and discussions. The results of socialization to SMEs actors, namely SMEs actors can understand explanations about financial bookkeeping and are expected to be able to implement financial records for small businesses to the fullest.

Keywords: Financial bookkeeping; SMEs Improvement; SMEs Tempe

Pendahuluan

UMKM merupakan kepanjangan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM berkontribusi penting di dalam pertumbuhan ekonomi, tidak hanya negara yang berkembang tetapi juga negara maju. UMKM di negara maju berperan penting, tidak hanya kelompok usaha yang menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara yang berkembang, kontribusi terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) lebih besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Tambunan, 2009). Menurut Amri (2020), UMKM merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) satu negara khususnya di Indonesia.

Sektor UMKM merupakan salah satu kekuatan utama dan vital yang mampu mendorong pembangunan ekonomi dan lapangan pekerjaan (Supardi et al., 2021). Menurut Sugiyanto et al., (2021) bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai pera-

nan penting dalam pembangunan ekonomi. Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kota-kota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan (Hamid & Iqbal, 2017).

Hal terpenting yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah mengenai pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor utama yang dapat menyebabkan kemajuan atau kemunduran sebuah UMKM. Teknis yang mudah dalam pengelolaan keuangan pada UMKM adalah dengan menerapkan akuntansi dengan baik. Oleh karena itu, akuntansi menjadikan UMKM memperoleh berbagai informasi keuangan dalam menjalankan usahanya (Kurniawati, Nugroho, & Arifin, 2012). Pencatatan akuntansi harus sesuai dengan setiap transaksi dan berdasarkan standar akuntansi yang berlaku.

Pembukuan merupakan peran penting dalam berlangsungnya UMKM. Pembukuan bukan hanya di khususkan untuk perusahaan besar, tetapi pembukuan bersifat wajib digunakan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM. Permasalahan dibidang keuangan menjadi salah satu masalah yang paling sering terjadi pada perusahaan. Hal ini disebabkan oleh pemilik UMKM yang tidak mempunyai kemampuan dalam mengelola keuangan sehingga banyak UMKM yang tidak mempunyai pembukuan keuangan.

Berdasarkan analisis situasi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa permasalahan pada UMKM salah satunya adalah ketidakmampuan dalam mengelola keuangan sehingga banyak UMKM yang tidak memiliki pembukuan yang rapih dan jelas. Dari permasalahan tersebut kami mahasiswa KKN BMC 1 Universitas Negeri Semarang Desa Bulakwaru memiliki program untuk melakukan sosialisasi mengenai pencatatan keuangan secara sederhana dan mudah dimengerti untuk UMKM yang ada di Desa Bulakwaru Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal.

Desa Bulakwaru adalah salah satu bagian dari Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Desa Bulakwaru mempunyai luas lebih dari 300 hektar yang meliputi pemukiman, persawahan, dan perkebunan. Persawahan yang luas dan beberapa sungai yang bersumber dari Waduk Cacaban yang merupakan waduk terbesar di Kabupaten Tegal. Dan terdapat perkebunan milik masyarakat Desa Bulakwaru yang ditanamkan beberapa sayuran dan buah-buahan. Desa Bulakwaru terbagi menjadi dua wilayah yaitu Bulakwaru Barat dan Bulakwaru Timur, yang terbagi menjadi 3 Rukun Warga dan 31 Rukun Tetangga.

Mayoritas masyarakat Desa Bulakwaru bekerja sebagai petani dan pedagang. Pada sektor perdagangan memiliki peran pendukung pada sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun mayoritas pelaku UMKM yang ada di Desa Bulakwaru masih lemah dalam hal manajemen. Dalam hal ini yang dimaksud ialah mengenai pembukuan keuangan yang belum tertata dengan rapi, akses permodalan, dan dari segi pemasaran yang hanya mengandalkan pemasaran secara tradisional.

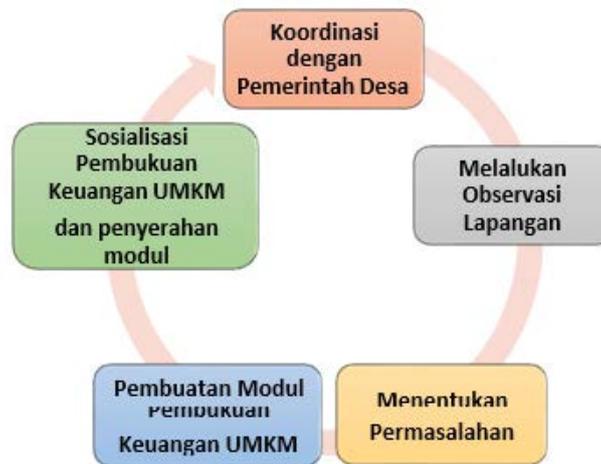
Terutama UMKM tempe, tempe merupakan salah satu makanan asli Jawa yang telah berkembang diberbagai daerah. Kata tempe sendiri berasal dari bahas Jawa Kuno yaitu "Tumpi" karena makanan tersebut berwarna putih. Bahan utama dari pembuatan tempe yaitu kacang kedelai yang dipadukan dengan ragi tempe. Tempe juga merupakan salah satu makanan yang dapat diolah menjadi berbagai macam. Kemudian dalam hal ini tempe menjadi salah satu produk unggulan dari Desa Bulakwaru.

Namun UMKM tempe tersebut masih belum berkembang di karenakan kelemahan-kelemahan yang sudah disebutkan diatas. Padahal jika pembukuan keuangan tertata dengan rapi, UMKM akan lebih jelas dalam hal menentukan strategi kedepannya dan manfaat lainnya yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan lembaga permodalan untuk memberikan akses modal kepada UMKM tersebut. Karena peningkatan modal usaha yang diikuti dengan peningkatan produksi dan omset penjualan, secara tidak langsung akan menyebabkan keuntungan usaha juga ikut meningkat (Putri, 2010).

Oleh karena itu, target luaran yang dihasilkan dari kegiatan sosialisasi tersebut diharapkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Bulakwaru Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal dapat memahami dan dapat mengimplementasikan pembukuan keuangan untuk usaha kecil secara maksimal.

Metode

Pelaksanaan sosialisasi pembukuan keuangan ini dilakukan kepada 6 pelaku UMKM di Desa Bulakwaru, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal dengan penjelasan materi dan dilanjutkan tanya jawab diskusi dan sharing studi kasus. Sebelumnya kami telah melakukan koordinasi dengan pemerintah desa mengenai target pelaku UMKM untuk sosialisasi pembukuan keuangan UMKM, dan selanjutnya melakukan observasi lapangan pada tanggal 23 Agustus 2021 untuk menentukan permasalahan. Kemudian, setelah menemukan permasalahan digunakan sebagai bahan untuk menyusun modul pembukuan keuangan UMKM. Dan pada tanggal 30 Agustus 2021 dilakukan sosialisasi pembukuan keuangan UMKM dan penyerahan modul kepada 6 pelaku UMKM yang salah satunya yaitu UMKM Tempe dengan metode secara langsung atau luring. Hasil yang dicapai dari kegiatan sosialisasi tersebut yaitu pelaku UMKM dapat memahami pembukuan keuangan.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan sosialisasi pembukuan

Hasil dan Pembahasan

Temuan dari pengabdian kepada masyarakat tersebut yaitu belum tertatanya pelaku UMKM Tempe dalam melakukan pencatatan pembukuan dan masih bercampurnya antara dana pribadi dengan dana usaha, karena pemisahan keuangan usaha menurut pelaku UMKM dirasa tidak praktis. Berdasarkan temuan tersebut, pada saat sosialisasi kami berusaha memberikan pengertian tentang manfaat pembukuan keuangan dan menjelaskan betapa pentingnya pembukuan keuangan dalam suatu usaha. Kemudian selain itu juga kami memberikan sosialisasi mengenai strategi pengembangan UMKM yang mempunyai tujuan supaya UMKM dapat lebih berkembang.

Kegiatan Sosialisasi Pembukuan Keuangan

Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pengetahuan mengenai tujuan dari pengabdian serta kegiatan yang akan dilakukan dan memberikan pemahaman tentang konsep-konsep yang berhubungan dengan pembukuan keuangan. Dalam kegiatan sosialisasi, diberikan pemahaman tentang pembukuan dalam akuntansi dan manfaat-manfaat pembukuan dalam suatu transaksi.



Gambar 2. Sosialisasi pembukuan

Pelatihan pembukuan keuangan dilakukan dengan cara memberikan penjelasan konsep-konsep akuntansi, pengertian pembukuan keuangan, strategi pengembangan UMKM, dan contoh laporan keuangan. Pemahaman terhadap konsep-konsep akuntansi diharapkan pengusaha UMKM Tempe memahami secara jelas tentang istilah-istilah yang ada dalam pembukuan keuangan dan dapat mengimplementasikannya.

Keberhasilan Sosialisasi Pembukuan Keuangan

Teknik identifikasi pengetahuan pelaku UMKM Tempe tentang pembukuan keuangan sederhana dilakukan dengan cara wawancara, mengidentifikasi sebanyak 6 pelaku UMKM Tempe yang memahami teknik pembukuan keuangan. Hal ini berarti bahwa terdapat 6 anggota UMKM Tempe yang belum memahami teknik pembukuan keuangan. Dengan mengetahui tingkat pemahaman para mitra pengabdian mengenai teknik pembukuan keuangan, maka tim pengabdian akan bisa mengoptimalkan pada bagian-bagian yang sangat penting pada prosedur pembukuan keuangan.

Dalam kegiatan sosialisasi pembukuan keuangan para mitra antusias dalam mengikuti pada sosialisasi. Pada sosialisasi ini, mitra pengabdian melakukan diskusi antara tim pengabdian dan mitra pengabdian jika terdapat ada hal-hal yang kurang dipahami. Beberapa materi pembukuan keuangan yang menjadi bahan diskusi pada saat sosialisasi tentang konsep-konsep akuntansi dan prosedur pembukuan keuangan. Dengan adanya feed back pada tahap sosialisasi dari tim mitra dengan tim pengabdian, para tim pengabdian memberikan penjelasan atau konfirmasi lebih lanjut mengenai materi yang ditanyakan dari tim mitra. Output yang dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah mitra mampu membuat pembukuan keuangan. Adapun bentuk materi yang diberikan kepada mitra antara lain; konsep-konsep akuntansi, pengertian pembukuan keuangan, strategi pengembangan UMKM, dan contoh laporan keuangan.

Strategi untuk Mengenali Kebutuhan Pelanggan

Mengenai strategi untuk mengenali kebutuhan pelanggan sangatlah rumit. Dimana pengusaha harus mampu menganalisa kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk menciptakan pelanggan yang loyal dan mempertahankan ekosistem pelanggan yang berkelanjutan. Oleh karena itu seorang pengusaha harus mengusahakan yang terbaik untuk pelanggan dan mitra pengusaha, salah satu hal sederhana tapi sangat berpengaruh ialah pelanggan harus tepat waktu dalam menyuplai dagangannya dan dan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta memperbanyak variasi, bentuk, ukuran suatu produknya. Strategi peningkatan kualitas merupakan upaya yang dilakukan untuk menarik minat dan daya beli konsumen sehingga dapat meningkatkan posisi produk dalam persaingan (Resmi, 2011).

Strategi Pengemasan dan *Display* Produk Kekinian

Di era digital seperti sekarang ini, pengemasan produk yang menarik menjadi hal yang penting untuk meningkatkan daya beli konsumen. Karena setiap pengusaha mempunyai ide kreatifnya masing-masing yang dapat mengakibatkan penurunan maupun kenaikan daya beli konsumen akibat banyaknya daya saing terhadap para pengusaha lainnya. Sehingga, dengan adanya pembahasan ini di harapkan dapat memperbaiki pengemasan produk yang lebih modern dan siap bersaing dengan para pelaku usaha. Kemasan produk modern yang dimaksud adalah seperti gambar dibawah ini.

Dengan strategi tersebut pengusaha tempe akan mengalami hasil produk tempe yang dikemas dengan kemasan yang lebih modern tetapi tidak menghilangkan ciri khas dari produk tersebut yang tentunya akan mempengaruhi harga jual yang lebih tinggi dan sesuai dengan harapan dari konsumen. Menurut Smith dan Chang (2010), kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan hasil penelitian Sunny Hu, et al. (2010) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen akan membentuk loyalitas konsumen.

Strategi Penetapan Harga Jual

Dalam strategi penetapan harga jual ini lebih mengedepankan terhadap kebutuhan maupun kondisi dari konsumen. Dimana strategi ini dapat mengalami adanya selisih harga walaupun dengan produk yang sama, mengakibatkan adanya faktor-faktor tertentu seperti waktu, letak geografis, dan lain-lain. Strategi penetapan harga jual dapat dilakukan dengan cara Price Sensitivity Meter (PSM), yaitu suatu strategi yang bertujuan untuk melakukan pendekatan terhadap permintaan atau kebutuhan dari konsumen.

Metode tersebut didasari pada pemahaman konsumen terhadap nilai produk yang diterima, apakah sudah sebanding atau belum. Supaya dapat diketahui apakah nilai dari suatu produk dapat diterima oleh konsumen atau tidak, hal tersebut dapat diukur dengan menggunakan PSM. Dengan strategi tersebut pengusaha tempe akan mengalami hasil produk tempe yang dikemas dengan kemasan yang lebih modern tetapi tidak menghilangkan ciri khas dari produk tersebut yang tentunya akan mempengaruhi harga jual yang lebih tinggi dan sesuai dengan harapan dari konsumen.

Strategi Promosi Langsung kepada Konsumen

Adanya proses dalam promosi langsung kepada konsumen merupakan suatu hal yang sudah menjadi kebiasaan umum bagi para pedagang. Sehingga dengan perkembangan zaman sekarang ini serba digital yang sangat modern maka promosi langsung atau offline bisa diganti dengan promosi melalui media sosial atau yang sering dinamakan jualan online dan E-commerce. Sehingga penjualan tidak harus susah payah untuk berjualan keliling, tetapi bisa berjualan dari rumah saja dan sesudahnya tinggal diantarkan kepada konsumen. Hal ini dapat mempermudah pedagang untuk mempromosikan produknya kepada konsumen.

Pembukuan atau Akuntansi

Terkait dengan pembukuan atau di sebut dengan akuntansi dalam pengambilan keputusan yang sangat bener yang dalam data yang di peroleh dapat di dukung dalam rangka efisiensi biaya, guna untuk perhitungan harga jual dalam akuntansi yang akan menjadi pegangan penjual untuk penjualan kedepannya. Sehingga dapat diketahui kemajuan pemasarannya. Dengan adanya pembukuan tersebut juga dapat mempermudah pedagang mengajukan peminjaman modal ke Bank apabila membutuhkannya. Pembukuan dibuat setiap bulan sekali karena supaya tidak membebankan pedagangnya sendiri dan dapat dijadikan bukti dari hasil dagangannya.

Simpulan

UMKM berkontribusi penting di dalam pertumbuhan ekonomi, tidak hanya negara yang berkembang tetapi juga negara maju. Namun untuk dapat berkembang, UMKM seringkali mereka menghadapi masalah yaitu kesulitan akses modal dan kelemahan di segi pemasaran. Kesulitan mengakses modal ini dapat dikarenakan banyak faktor, salah satunya UMKM belum memiliki pembukuan keuangan yang jelas sehingga lembaga permodalan enggan memberikan akses permodalan. Dari permasalahan tersebut kami mahasiswa KKN BMC 1 Universitas Negeri Semarang Desa Bulakwaru memiliki program untuk melakukan pengabdian terkait hal tersebut kepada UMKM tempe yang ada di Desa Bulakwaru.

Pelaksanaan sosialisasi pembukuan keuangan ini di lakukan secara langsung atau luring kepada 6 pelaku UMKM Tempe di Desa Bulakwaru, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal dengan penjelasan materi dan dilanjutkan tanya jawab diskusi dan sharing studi kasus dan penyerahan modul kepada 6 pelaku UMKM yang salah satunya yaitu UMKM Tempe. Hasil yang dicapai dari kegiatan sosialisasi tersebut yaitu pelaku UMKM memahami pembukuan keuangan. Dengan diadakannya sosialisasi pembukuan tersebut para pelaku UMKM Tempe Desa Bulakwaru, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal diharapkan akan lebih mengetahui pentingnya pembukuan keuangan dan untuk kedepannya pelaku UMKM diharapkan dapat mengimplementasikan pembukuan keuangan untuk usaha kecil secara maksimal.

Referensi

- Amri, A. (2020), Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia, *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, Vol. 2 No. 1, pp. 123-131.
- Hamid, R. S., & Iqbal, M. (2017), Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Remaja Pintar Berbasis Ekonomi Kreatif Desa Lera Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur, *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1 No. 1. pp. 39-45.
- Martoyo, M. (2005). *Lahirnya Tahun Indonesia Untuk Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: LIPI.
- Melati, I. S., & Sehabuddin, A. (2020). Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana UMKM Intip Di Desa Nyatnyono Ungaran Semarang. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(3), 305-313.
- Nur, H. A. Dkk. 2020. *Strategi Pengembangan Produk Unggulan Kerupuk Pulo Sebagai Peningkatan Umkm / Ekonomi Di Kelurahan Bangkle, Kabupaten Blora, Jawa Tengah*. LAPKKN UNNES: Kumpulan Artikel KKN BMC UNNES 2020.
- Putri, I.Y. (2010). Analisis Usaha Mikro Monel yang Memperoleh Kredit Dari Dinas UMKM Kabupaten Jepara (Studi Kasus: Kecamatan Kalinyamatan, Kabupaten Jepara). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Resmi, N.N. (2011). Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi. *Jurnal Sains dan Teknologi*. 10(3): 132-144.
- Smith, M and Chang. (2010). Improving Customer Outcomes through the Implementation of Customer Relationship Management Evidence from Taiwan. *Asian Review of Accounting*. 18(3): 260-285.
- Sugiyanto, S., Putri, A., & Kartolo, R. (2021), Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan, *Proceedings Universitas Pamulang*, Vol. 1 No. 1. pp. 502-520.
- Suhendar, D., & Suhardi, D. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerupuk Dorokdok Desa Cibingbin Kecamatan Cibingbin, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02).

- Sunny Hu, H.H., Huang, C.T., & Chen, P.T. (2010). Do Reward Programs Truly Build Loyalty for Lodging Industry. *International Journal of Hospitality Management*. 29(1): 128–135.
- Supardi, S., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B. A., & Mukhlis, T. I. (2021), Peluang Dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat), *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, Vol. 3 No. 2, 162-168.
- Zakiyyah, A. M. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pencatatan Keuangan di UMKM Rindu. Id di Kabupaten Jember. *Journal of Community Development*, 1(2), 36-40.