

PKM Usaha Kreatif (Percetakan dan Konveksi)

Syamsu Alam¹, A. Samsir², Muh. Jamil³

^{1,2,3}Prodi Ekonomi Pembangunan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Abstrak. Mitra Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah konveksi dan percetakan UD. AJM (Ahmad Jaya Mandiri) yang terletak di Kelurahan Tamallayang Kecamatan Bontonompo Kab. Gowa. Masalah yang dihadapi Mitra: (1) Terbatasnya media dan variasi promosi yang berbasis online dan menarik (2) Kurangnya pengetahuan tentang keuangan dalam mengelola bisnis, (3) Harga relatif lebih mahal dari pesaing dan (4) Akses dari Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah: diskusi, tanya jawab dan tutorial dengan pemilik usaha UD.AJM dan karyawan yang terkait dengan masalah. Hasil yang dicapai adalah meningkatkan pemahaman keuangan dalam mengelola usaha, meningkatnya penjualan dengan optimalisasi promosi dan penjualan online, strategi harga mampu kompetitif atau pengenalan kualitas yang lebih baik.

Kata kunci: Usaha Kreatif, Konveksi, Keuangan, Manajemen Pemasaran

Abstract. Community Partnership Program (PKM) partner with a convection and printing press of UD.AJM (Ahmad Jaya Mandiri) which is located in Tamallayang Village, Bontonompo District, Gowa Regency. Problems faced by Partners: (1) Limited media and variety of attractive online-based promotions (2) Lack of financial knowledge in managing a business, (3) Prices are relatively higher than competitors and (4) Access from Makassar City is far. The methods used are: discussion, question and answer and tutorials with AJM business owners and employees related to the problem. The results achieved are increasing financial understanding in managing the business, increasing sales by optimizing online promotions and sales, competitive pricing strategies or the introduction of better quality

Key words: Creative Effort, Convection, Finance, Management

I. PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan pada September 2020 bermitra dengan Konveksi dan Percetakan AJM (Ahmad Jaya Mandiri) yang beralamat di Jl. Poros Makassar-Bontonompo KM 16 Kel. Tamallayang Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Dengan pemilik usaha Haerul. .



Gambar 1. UKM Mitra PKM



Gambar 2. Foto bersama mitra dan karyawannya

Secara umum kondisi Mitra dibagi menjadi tiga yaitu kondisi manajemen keuangan, kondisi pra produksi dan kondisi Manajemen Pemasaran. Pada manajemen keuangan masalah yang dihadapi sebagai berikut : Pertama, Belum ada buku kas. Kedua, Belum dibedakan antara pemilikan aset usaha dan aset pribadi. Ketiga, Belum ada laporan laba rugi maupun neraca. Keempat Belum memahami proses pembuatan laporan keuangan berstandar akuntansi.

Kondisi pada Manajemen Pemasaran sebagai berikut : pertama, Pemasaran hanya berbasis pesanan (*by order*), Kedua, Media pemasaran masih terbatas khususnya melalui media sosial dan ketiga banyak hasil produksi yang tersimpan sebagai stok.

Kondisi pada manajemen pra produksi dan proses produksi yaitu pertama input bahan baku yang diimpor dari luar pulau Sulsel (Jawa) penggunaan sablon manual, variasi bahan baku sablon.

Menurut Schumpeter untuk mengembangkan perekonomian dibutuhkan enterpreneur yang terus mencari penemuan baru dalam proses produksi dan distribusi yang biasa disebut inovasi. Para entrepreneur dalam hal ini untuk mengembangkan konveksi UD. AJM. Dalam hal ini Tentunya dibutuhkan hal-hal baru yang lebih inovatif. Khususnya di dalam hal pengembangan dari sisi keuangan, Produksi dan pemasaran dengan cara-cara yang lebih efektif agar mampu bersaing dengan produk yang sudah memiliki branding.

Untuk mengembangkan usaha tersebut tentunya sangat dibutuhkan pula analisis-analisis Mikro Ekonomi seperti bagaimana penggunaan sumber daya yang efisien untuk memperoleh keuntungan maksimum. Atau dalam proses produksi sangat dibutuhkan Analisa yang detail agar tingkat kerugian bisa diminimalisir. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Paul A Samuelson dalam bukunya tentang Analisis biaya berupa analisis ekonomi biaya, biaya ekonomi dan akuntansi bisnis, dan *opportunity cost*.



Gambar 3. Sesi Sharing tata pengelolaan keuangan dan Dokumentasi pembuatan Profil UD. AJM

Pentingnya laporan keuangan untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi perkembangan keuangan usaha yang ada siklus bisnia. Laporan keuangan yang terdiri dari laba rugi dan neraca jelaskan bagaimana keadaan usaha itu sendiri. Laporan keuangannya baik dan rapi dapat dikatakan bahwa

usaha itu sehat. Namun, jika laporan keuangan itu buruk bagai indikator bahwa usaha itu sedang sakit atau kemungkinan besar kedepannya mengganggu prospek usaha. Dari laporan keuangan kita bisa menganalisa semua proses transaksi yang ada di lingkup usaha. Contohnya, sebuah usaha yang memiliki laporan keuangan dengan tren tren penjualan yang meningkat, dapat dilihat dari laporan keuangan. Sebaliknya tanpa laporan keuangan maka kita hanya meraba-raba dan tidak bisa memprediksikan bagaimana bisnis ke depan. Dari laporan keuangan itu pula bisa menganalisa apa yang terjadi dengan usaha, misalnya terjadi biaya operasional yang berlebihan.

Demikian pula dalam proses pemasaran. Pemasaran adalah ujung tombak usaha. Philip Kotler (2013), mengemukakan strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran. Berkaitan dengan ini, mindset mitra dalam memandang pemasaran yang sakadar menjual produk saja. Padahal dalam pemasaran termasuk di dalamnya memasarkan nilai perusahaan.

Secara umum masalah yang dihadapi oleh Mitra konveksi UD.AJM adalah kurangnya pengetahuan dalam hal pengelolaan keuangan berdasarkan standar akuntansi atau berdasarkan standar sebuah usaha, yang kedua adalah kurangnya pemasaran melalui media online karena berbasis pada permintaan saja dan ketiga jaraknya yang jauh dari pusat Kota.

II. METODE YANG DIGUNAKAN

Metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Agar mampu memahami lebih detail masalah yang dihadapi oleh UKM Mitra maka kami meminta kesediaanya pemilik usaha bapak Haerul untuk menceritakan masalahnya dengan metode diskusi, dan braisntorming yang bersifat informal.
- Agar mitra bisa memahami proses laporan keuangan maka kami memberikan materi dalam bentuk presentase, diskusi, dan tutorial tentang proses pembuatan laporan keuangan kepada mitra khususnya bagian keuangan.
- Untuk meningkatkan pemasaran dengan sepektrum jangkauan yang lebih luas dan bervariasi, kami intervensi dengan pembuatan Profil AJM dan katalog berbasis weblog.

III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

A. Memperkenalkan Laporan Keuangan Sederhana

Setelah mendengarkan pemaparan melalui *briefing* dari pemilik usaha terkait laporan keuangan yang menyatakan bahwa belum ada pencatatan secara rutin terkait laporan keuangan usaha dan masih bercampurnya dana usaha dan dana rumah tangga. Adapun masalahnya adalah belum ada buku kas yang berisi keterangan, debit, kredit dan saldo. Dalam catatan mereka hanya tertulis nama pemesan, jumlah order, jumlah pembayaran, jumlah putang dan lainnya. Kami tim pengabdian mengajarkan kepada mitra bagaimana cara membuat laporan keuangan sederhana dengan berbasis aplikasi XL. Dalam Aplikasi tersebut kami ajarkan bagaimana mencatat setiap transaksi di buku kas, kemudian diinput ke XL dengan format laporan keuangan yang sudah siapa digunakan. Setelah dilakukan pengimputan akan menghasilkan laba rugi dan neraca. Pada kesempatan itu pula tim pengabdian meminta kepada pemilik usaha untuk segera memiliki buku induk yaitu buku Kas. Dari hasil pertemuan ini dipermantap dengan pembuatan video tutorial penjelasan penggunaan laporan keuangan berbasis XL yang telah dibuat oleh Tim Pengabdian.

Berdasarkan hasil penelitian memang ditemukan bahwa mayoritas usaha mikro kecil dan menengah memang sedikit lalai dalam proses pencatatan keuangan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh para pelaku ukm. Dampak yang ditimbulkan dari model seperti ini adalah kondisi usaha cenderung stagnan dan tidak mengalami perkembangan yang signifikan karena mahalnya langkah strategis berdasar pada data data yang valid.

Oleh karena itu dalam menangani masalah ini dilakukan *sharing* pelaporan keuangan dan tutorial pengisian laporan sederhana dengan aplikasi di excel.



Gambar 4. *Sharing Session* dan Upaya Solutif mengatasi Masalah Laporan Keuangan dan Promosi Usaha

B. Marketing Usaha, Bukan sekadar Produk

Pada tahapan ini, setelah tim pengabdian menggali lebih detail tentang kedala pelaporan keuangan dan intervensi untuk mengatsasi masalah tersebut. Diskusi tentang pemasaran yang selama ini hanya dipahami sebagai menjual produk. Padahal pemasaran (*Marketing*) lebih luas dari sekadar menjual produk.

Strategi Marketing adalah strategi untuk mengubah mindset menjual usaha. Pemasaran yang sekadar dipahami sebagai menjual produk akhir, sejatinya diperluas dengan pemahaman bahwa setiap usaha atau bisnis juga memasarkan nilai perusahaan. Karena dengan nilai ini akan menciptakan kesetiaan konsumen.

Sejauh ini produksi fokus pada pesanan, meskipun pada fase-fase berdirinya UD.AJM menjual dengan produksi dan brand sendiri. Menjual dengan strategi demikian, misalnya promo RP.100 rb/ 3 lembar, dirasakan kurang efektif meningkatkan pendapatan. Karena terkadang desain tidak sesuai dengan selera pembeli (konsumen).

Pada awal usaha, kami selaku pengabdian (Syamsu Alam) yang akrab dengan pemilik usaha menyarankan untuk berjejaring dengan para pengusaha percetakan di Sulawesi Selatan. Akhirnya di akhir tahun pertama usaha ini berdiri, (didirikan pada 6 Oktober 2016) melakukan jejaring dengan Komunitas "Pasablong Sulawesi". Dari situlah strategi pemasaran dan penjualan dimodifikasi.

Strategi memaksimalkan input atau bahan baku yang menjadi kendala pada fase awal bisa di atasi dengan baik. Kemudian membangun relasi dengan pihak sekolah dan isntitusi yang berpotensi memesan kaos pad UD.AJM. dan Akhirnya hingga

saat ini dominan pesanan berasal dari pesanan sekolah atau lembaga resmi pemerintahan.

Memasuki tahun kedua, promosi sudah menggunakan media sosial seperti Facebook. Dengan media ini mulai memperoleh order dari luar Sulawesi seperti Sulawesi Tenggara, Maluku, dan Papua. Di Sulawesi selatan sendiri, pesanan kaos UD. AJM didominasi dari sektor selatan Sulawesi Selatan.

Sebagaimana kita ketahui bahwa saat ini penjualan melalui *e-commerce* sangat populer, sehingga sesuai jika semua jenis usaha mulai memasuki era penjualan berbasis online. Ada beberapa keuntungan penjualan berbasis online antara lain tidak membutuhkan biaya promosi yang besar, tidak perlu bergeser dari rumah, cukup dengan menggerakkan jari, informasi telah sampai ke seluruh dunia, untuk proses pengiriman juga sudah ada layanan jemputan paket dari agen-agen pengiriman seperti j&t, JNE, Lion Parcel dan lain-lain. Kedepan akan dilakukan penjualan melalui aplikasi-aplikasi penjualan online.



Gambar 5. *Sharing Session* identifikasi masalah-masalah pokok promosi, dan upaya solutifnya.

Hasil *sharing Session*, UD.AJM sangat membutuhkan promosi Profil usaha. Karena keterbatasan sumber daya untuk mendokumentasikan segala aktifitas dan mempromosikan nilai yang dianut dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu pengabdian akan membuatkan Profil Usaha yang akan di Upload di akun Youtube pengabdian di kanal Cikal Akal, dan Muh. Jamil, serta akun resmi FE UNM dan jejaring-jejaring kolega yang bisa membantu mempromosikan nilai dan produk UD.AJM.

C. *Sharing* Terkait dengan pra dan proses Produksi

Tim pengabdian pada tahapan ini berdiskusi dengan pemilik usaha yang menemukan dual

masalah yaitu mesin masih terbatas dan proses sablon masih dalam bentuk manual. Pada proses ini kami hanya dan menyarankan agar menambah mesin jika memang sangat dibutuhkan jumlah mesin yang lebih banyak untuk memenuhi permintaan yang semakin meningkat nantinya. Menurut pemilik alat sablon yang sederhana masih cukup untuk memenuhi permintaan saat ini.

Pada proses produksi sangat dibutuhkan mesin yang bisa memproduksi lebih besar dengan biaya yang lebih rendah, atau dengan kata lain dibutuhkan produktivitas yang lebih besar agar bisa meningkatkan pendapatan bagi pemilik maupun karyawan. Untuk karyawan dalam proses produksi dibutuhkan motivasi agar semangat mereka untuk memproduksi semakin terpacu, dengan menjadikan produktivitas adalah salah satu pengukuran penggajian.



Gambar 6. Materi Laporan Keuangan dan Tutorial untuk bagian Admin Keuangan AJM.



Gambar 7. *Sharing Session* tentang Strategi Marketing ala Kotler.

IV. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kemitraan masyarakat dapat ditarik kesimpulan:

1. Mitra memiliki kemauan untuk memahami dan mempraktikkan cara membuat laporan



keuangan sederhana yang sesuai dengan standar akuntansi.

2. Mitra memiliki pengetahuan dan semangat tinggi untuk memberdayakan warga lokal, namun visi lintas lokal.
3. Mitra memiliki keberanian mengembangkan usaha meskipun dengan modal 'nekad', bersedia mengupgrade keterampilan marketing dan pengembangan usaha berbasis online dan offline, sesuai perkembangan keadaan yang mutakhir..

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi UNM yang memberikan kepercayaan melakukan pengabdian kepada masyarakat dari PNB (Pendapatan Negara Bukan Pajak) FE UNM. Kepada Rektor UNM dan Ketua LP2M atas arahan dan pembinaannya. Kepada mitra bapak Haerul pemilik UD. AJM Konveksi dan Sablon yang menyambut sangat baik program ini. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Seluruh Tim Pengabdian PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi (2016) Modul Perkoperasian Syariah .
- Granito. H. Panduan Usaha Sablon T-Shirt. 2010
- Kotler, Philip, 2003, Marketing Management, Engelwood Cliffs : Prentice Hall International Inc. Adivision of Simoon and Scuster.
- Nitisusastro, M. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Alfabeta. 2013
- Richard L Daft (2006). Management. Jakarta : Salemba empat.
- Samuelason Paul. (2003). Microeconomics. Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Semarso.S.R.(2002). Akuntansi Suatu Pengantar Jakarta : Salemba Empat.