

Pelatihan Penyusunan Proposal Pembiayaan ke Lembaga Keuangan pada Komunitas Rajut di Kelurahan Pattapang Tinggi Moncong Kabupaten Gowa

Samirah Dunakhir¹, Nur Afiah²

^{1,2}Jurusan Ilmu Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Abstrak. Program Kemitraan Komunitas (PKM) ini dilaksanakan di Kelurahan Pattapang, Kecamatan Tinggi Moncong, Kabupaten Gowa. Mitra kegiatan adalah ibu-ibu dari Komunitas Rajut Pattapang. Permasalahannya adalah: (1) Kurangnya kemampuan dan pengalaman dalam menyusun proposal pembiayaan usaha ke lembaga keuangan, (2) Terbatasnya akses perbankan hingga ke pelosok untuk menjangkau komunitas usaha-usaha kreatif, dan (3) potensi usaha yang sangat menjanjikan namun tidak didukung oleh ketersediaan modal usaha. Sasaran eksternal adalah produk-produk hasil kerajinan dan usaha khas daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk komersil yang bernilai ekonomi tinggi. Metode yang digunakan adalah: ceramah, demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan pendampingan mitra. Hasil yang dicapai adalah (1) mitra memiliki pengetahuan dalam menyusun proposal permohonan pembiayaan kepada lembaga-lembaga keuangan, (2) mitra memiliki pengetahuan tentang langkah-langkah dalam mengakses pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan lain, (3) mitra memiliki kemampuan untuk memilah lembaga keuangan yang kredibel dan aman untuk pengajuan pembiayaan.

Kata kunci: komunitas rajut, proposal pembiayaan, pemberdayaan

Abstract. This Community Partnership Program (PKM) was implemented in Pattapang Village, Tinggi Moncong District, Gowa Regency. The activity partners are women from the Pattapang Knitting Community. The problems are: (1) Lack of ability and experience in preparing business financing proposals to financial institutions, (2) Limited access to remote banks to reach the creative business community, and (3) very promising business potential but not supported by availability Startup Capital. The external targets are handicraft products and regional specialties that have the potential to be developed into commercial products with high economic value. The methods used are: lectures, demonstrations, discussions, questions and answers, and partner assistance. The results achieved are (1) partners have knowledge in preparing proposals for financing applications to financial institutions, (2) partners have knowledge about the steps in accessing financing from banks and other financial institutions, (3) partners have the ability to select institutions credible and safe finance for financing applications.

Keywords: empowerment, financing application, knitting community

I. PENDAHULUAN

Kedatangan pandemi Corona sejak awal tahun 2020 telah berdampak pada hampir seluruh sendi kehidupan ekonomi. Bidang-bidang yang terdampak terutama adalah sektor Jasa dan Pariwisata. Bahkan sektor produksi dan manufaktur pun tak lepas dari imbas pengaruhnya. Keluarga sebagai satuan ekonomi terkecil mengalami goncangan

kehidupan ekonomi dan sosial.

Seluruh anggota keluarga harus berpikir untuk ikut membantu menggali potensi sumber ekonomi untuk menyelamatkan keluarga. Peran itu bisa dilakukan oleh ibu rumah tangga.

Salah satu upaya untuk meningkatkan penghasilan rumah tangga pedesaan adalah dengan memanfaatkan waktu

luang untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Usaha rajut merupakan salah satu usaha yang tepat untuk peningkatan ekonomi rumah tangga. Paling tidak ada 2 hal yang menjadikan usaha rajut menjadi alternatif menarik yaitu :

- a) Tidak memerlukan waktu khusus : Mengerjakan hasil karya rajut bisa dilakukan diwaktu-waktu senjang. Ini merupakan pekerjaan hoby yang tidak diperlukan waktu khusus. Kapanpun bisa dilakukan, barangnya bukan merupakan produk cepat rusak sehingga resiko usaha dari hasil rajut ini tergolong rendah.
- b) Merupakan Produk Tersier : Hasil utama dari pekerjaan rajut merupakan produk buatan tangan (handmade) yang bersifat unik. Karena sifatnya yang unik, konsumen produk rajut merupakan konsumen yang loyal. Orang membeli bukan karena harganya yang murah, namun karena tertarik dan senang dengan produk dimaksud. Namun sebaliknya juga konsumen loyal merupakan konsumen yang membutuhkan pekerjaan sempurna. Mereka tidak mau menerima kekurangan sekalipun kecil. Itu merupakan kompensasi yang wajar dari harga yang mereka bayarkan.

Oleh karena itu, keterlibatan warga pedesaan khususnya warga Kelurahan Patappang dalam kerajinan rajut merupakan alternative yang layak didukung oleh berbagai pihak.

Sudah hampir dua tahun komunitas rajut berjalan di desa Patappang. Selama ini komunitas Rajut dibina oleh unit usaha Makassar Rajut yang terdiri atas

Ibu-Ibu rumah tangga. Sekalipun merupakan produk handmade, namun komunitas ini sulit berkembang. Faktor utama adalah keterbatasan modal.

Dengan modal yang ada saat ini, rata-rata nilai modal yang tertanam di produk sudah mencapai 100%. Bahkan lebih. Untuk tetap bertahan dalam usaha ini, satu-satunya hal yang tidak bisa diabaikan adalah factor kebutuhan bahan (benang) dan ongkos tenaga kerja.

Oleh karenanya kemampuan untuk bisa menembus dan memperoleh pembiayaan dari luar, akan sangat membantu berkembangnya usaha UKM ini.



Gambar 1. Spanduk Kegiatan

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibatasi pada tahap Pelatihan Peningkatan Pemasaran Hasil kerajinan rajut daerah. Dengan demikian, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: "Bagaimana penyusunan proposal pembiayaan yang sesuai dengan standar berdasarkan kriteria lembaga keuangan?".

II. METODE YANG DIGUNAKAN

a. Pelatihan

Pelatihan ini menggunakan metode yang dapat menjamin bahwa peserta dapat mengimplementasi pengetahuannya setelah mengikuti pelatihan. Adapun metode yang digunakan antara lain:

1. Metode Ceramah Interaktif; metode ini bertujuan untuk mengkaji tentang pemahaman manajemen keuangan peserta yang mengikuti pelatihan.
 2. Metode Kasus; metode ini memberikan beberapa gambaran kasus yang berkaitan dengan manajemen keuangan organisasi, dan bagaimana penyelesaiannya.
 3. Metode Aplikatif; metode ini memberikan aplikasi-aplikasi teknik pengelolaan dan pemasaran usaha kuliner khas daerah yang bernilai ekonomis tinggi.
- b. Pendampingan

Secara teoretis, kategori penerapan suatu ilmu pengetahuan terbagi menjadi 4 (empat), yaitu: (i) tidak memiliki pengetahuan dan tidak memiliki kemauan; (ii) tidak memiliki pengetahuan namun memiliki kemauan; (iii) memiliki pengetahuan namun tidak memiliki kemauan; dan (iv) memiliki pengetahuan dan memiliki kemauan.

Setelah pelaksanaan pelatihan, diasumsikan bahwa para peserta hanya memenuhi kategori (iii) dan (iv). Berikut gaya (metode) pendampingan yang akan sesuai untuk diterapkan pada tahap ini;

1. Partisipatif; metode ini untuk mendampingi mereka yang sudah memiliki pengetahuan/kemampuan, namun belum memiliki kemauan untuk menerapkan ilmunya. Metode ini mengharuskan peserta untuk terlibat dalam setiap proses pengambilan keputusan sembari diyakinkan mengenai urgensi hal tersebut untuk dilakukan. Sehingga, peserta akan termotivasi dan menikmati pekerjaannya.
2. Delekatif; metode ini tepat bagi mereka yang sudah memiliki kemampuan dan memiliki keinginan untuk menerapkannya. Melalui metode ini, peserta akan

diserahi penuh tentang apa yang harus dilakukan, bagaimana cara melakukannya, dan kapan tepatnya dilaksanakan.

III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

a. Realisasi Penyelesaian Masalah

Pelatihan dapat dilaksanakan berhasil terlaksana dengan baik berkat kerjasama antara Tim Pelaksana Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dengan mitra. Partisipasi mitra dalam hal ini diantaranya mendaftar dan mengkoordinir peserta yang ikut serta pelatihan, membantu fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses pelatihan.

Dalam kegiatan pelatihan ini menggunakan alat dan bahan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan ini. Adapun alat yang digunakan berupa papan tulis, spindol, materi yang dibagikan kepada peserta, serta fasilitas ruangan yang digunakan untuk kegiatan pelatihan, sound system, LCD Proyektor, perangkat-perangkat lainnya yang dibutuhkan dalam proses pelatihan berlangsung. Bahan yang digunakan kertas HVS untuk dipakai catatan sementara sebelum dipindahkan ke note book yang diberikan kepada peserta pelatihan, kertas Kwarto untuk laporan penelitian, alat tulis menulis, serta tinta printer untuk penggandaan laporan.



Gambar 2. Suasana Pelaksanaan Kegiatan

b. Kegiatan dan Evaluasi

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini meliputi: Metode pelatihan, diskusi, tanya jawab, pemberian tugas dan latihan penatabukuan keuangan sederhana. Cara mengukur dan mengetahui sejauh mana tingkat keefektifan pelaksanaan pelatihan ini, maka perlu dilakukan evaluasi. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dan sekaligus untuk dapat mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Evaluasi kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahap, yakni: Tahap pertama: Pre-Test/Observasi, dilakukan pada tahap awal (sebelum peserta pelatihan diberikan materi pelatihan yang terdiri dari Definisi, ruang lingkup dan tujuan Pengelolaan Keuangan; Gambaran Umum Proses Pengelolaan. Evaluasi yang dilakukan pada tahap awal kegiatan dimaksudkan untuk memperoleh informasi atau data mengenai kemampuan dasar yang dimiliki peserta tentang pengelolaan.

Tahap kedua, evaluasi dilakukan pada saat proses pelaksanaan kegiatan berlangsung dimana dilakukan simulasi dan Assessment, meliputi kegiatan pemilihan satu topik khusus, dilanjutkan Pendefinisian Pengelolaan Keuangan. Evaluasi yang dilakukan bersamaan pada saat proses kegiatan pelatihan berlangsung, yakni dengan cara melakukan pengamatan langsung. Tujuannya untuk mengetahui tingkat keaktifan dan partisipasi aktif peserta, kedisiplinan, antusias dan motivasi peserta.

Tahap ketiga: Post-Test, evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan (setelah peserta pelatihan memperoleh materi), dengan membagi beberapa kelompok kecil berdasarkan tugas pokok dan fungsi pada masing-masing tempat Kerja para peserta, kemudian diberikan tugas menyelesaikan tugas secara mandiri

sampai menghasilkan laporan masing-masing. Kegiatan dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana perubahan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan ini.

Adapun indikator yang dijadikan tolok-ukur penilaian/evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan ini: (1) kemampuan peserta memahami materi yang diberikan, (2) Kemampuan peserta pelatihan di dalam mengelola data serta menganalisa sehingga menjadi informasi yang berguna, dan (3) kedisiplinan, partisipasi, antusias, dan motivasi peserta selama mengikuti pelatihan.



Gambar 3. Peserta/Mitra Kegiatan

IV. KESIMPULAN

Setelah dilakukan evaluasi kegiatan, maka hasil pelaksanaan kemitraan masyarakat dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Mitra memiliki pengetahuan dalam menyusun proposal permohonan pembiayaan kepada lembaga-lembaga keuangan,
- b. Mitra memiliki pengetahuan tentang langkah-langkah dalam mengakses pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan lain, dan
- c. Mitra memiliki kemampuan untuk memilah lembaga keuangan yang kredibel dan

aman untuk pengajuan pembiayaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor UNM atas arahan dan pembinaanya selama proses kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNM dan Pemerintah Kelurahan Pattapang, Kecamatan Tinggi Moncong, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan, yang telah memberi fasilitas, melakukan monitoring, dan mengevaluasi kegiatan PKM hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Consuegra, Octavia Ibarra. 2006, *own labels in the united kingdom : A Source of competitive advantage in real business*. Pensamiento & Gestion. Universidad del norte,

Barranquilla Colombia. No.21,pp.114-161

Swasta dan Irawan 2002. *Manjemen pemasaran modern.edisi ketiga*.Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy.2001.*Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi pertama, cetakan pertama*, Bayu media Publishing, Malang.

Kotler, Philip. 1997. *Manejemen pemasaran: analisi, Perencanaan,implementasi, dan kontrol*. Diterjemahkan oleh : Hendra teguh. SE, AK. Dan Ronny A., Rusli,SE, Ak.,jilid 1 Edisi kesembilan. Jakarta: PT perhalindo.

Kotler,Philip & Garry Amstrong. 2001 *prinsip-prinsip pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga