



Pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wilayah kecamatan Jatinegara Jakarta timur

Gemala Paramita¹, Syahiruddin², R Dimas Sundawa³, Nurul MusqarI⁴, Yudo Kisworo⁵

^{1,2,3,4,5} **Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta**

**Korespondensi : gemala_paramita@yahoo.com,
syahiruddinrepublikindonesia@gmail.com,
dimassundawa123@gmail.com, nurul_musqari@yahoo.com, yudo.kisworo@yahoo.com,**

ABSTRAK – Keberadaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral. Peran dan kegiatan UMKM tersebut di atas menuntut para pelaku UMKM untuk terus mengasah kemampuannya dalam mengoptimalakan segala potensi yang dimiliki, baik potensi diri dan potensi alam dengan pemanfaatan sumber daya alam tersebut dengan sebaik-baiknya. Permasalahan yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas, kondisi permodalan usaha masih relatif lemah. Selain itu pengolahan usaha yang kurang professional. Masalah lainnya meliputi struktur permodalan, produksi, dan pemasaran. Secara teknis dikatakan belum adanya manajemen yang baik. Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Untuk itu perlu dilakukan pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis. Pelaku usaha UMKM yang mendapat pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis adalah UMKM kecamatan Jatinegara mereka adalah pedagang kelontong rumahan dan pedagang mainan anak. Pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis ditkekankan pada pengelolaan modal usaha dan melakukan pencatatan keuangan.

Kata kunci : UMKM, pengelolaan modal usaha, pencatatan keuangan

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



sektoral. Beberapa peran strategi usaha kecil menengah adalah ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak. Kegiatan UMKM juga dapat meningkatkan kehidupan perekonomian masyarakat, dalam persaingan global yang semakin memuncak.

Peran dan kegiatan UMKM tersebut di atas menuntut para pelaku UMKM untuk terus mengasah kemampuannya dalam mengoptimalikan segala potensi yang dimiliki, baik potensi diri dan potensi alam dengan pemanfaatan sumber daya alam tersebut dengan sebaik-baiknya. Perkembangan peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang besar ditunjukkan oleh jumlah unit usaha dan pengusaha, serta kontribusinya terhadap pendapatan nasional dan penyediaan lapangan kerja. Perkembangan UMKM yang meningkat dari segi kuantitas tersebut belum diimbangi oleh meratanya peningkatan kualitas UMKM.

Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas, kondisi permodalan usaha masih relatif lemah, sebagian masih terbatas pada usaha pemenuhan kebutuhan konsumsi lokal ataupun lingkungan dimana usaha tersebut berada. Selain itu permasalahan yang ada ialah pengolahan usaha yang kurang profesional, umumnya usaha masih dikelola dengan menggunakan keluarga sebagai pengelolanya. Masalah lainnya meliputi struktur permodalan, produksi, dan pemasaran. Secara teknis masalah yang dialami belum adanya manajemen yang baik, masalah penyusunan rencana bisnis, sistem administrasi keuangan dan masalah akses ke teknologi, selera konsumen yang mudah berubah, masalah bahan baku, tingginya harga bahan baku, masalah inovasi, perbaikan kualitas barang dan efisiensi (Perdana, et al.2013)¹.

Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha, modal kerja, serta kelangkaan akan sarana usaha yang dimiliki. (Mudjiarto, 2013)². Dengan keterbatasan di atas merupakan permasalahan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan tersebut tidak mungkin dapat dipecahkan sendiri oleh UMKM. Dibutuhkan bantuan dari pemerintah dan strategi dalam pemecahan masalah, dan pengembangan potensi dengan pendekatan pembinaan. Dimulai dari memperkuat motivasi, mentalitas kewirausahaan serta kemandirian, meningkatkan kemampuan dan ketrampilan manajerial sampai pada penguasaan teknologi. (Rojuaniah 2014)³.

Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta menangkap permasalahan ini dan ingin turut serta membantu memecahkan permasalahan ini. Untuk itu Tim dari Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta tergerak untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat khususnya untuk para UMKM di kecamatan Jatinegara wilyah Jakarta Timur. Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk menginformasikan, mengedukasi, mensosialisasi cara mengatur atau manage suatu bisnis. Lebih khususnya para UMKM di kecamatan Jatinegara ini akan diberi pembinaan mengenai cara-cara pengembangan bisnisnya. Mereka harus tahu cara mengelola modal, cara mencukupi bahan baku, cara menentukan harga,





berinovasi menciptakan produk yang disukai konsumen sampai dengan cara memanfaatkan teknologi informasi untuk pengembangan bisnisnya.

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan cara memberi pembinaan dalam bentuk ceramah kepada pelaku UMKM Kecamatan Jatinegara Wilayah Jakarta Timur pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 5 - 6 Maret 2022. Jam 09.00 – 14.00. Adapun tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah :

1. Observasi : dilakukan oleh mahasiswa Universitas Ibnu Chaldun Jakarta di masa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di wilayah ini. Ditemukan bahwa para UMKM membutuhkan pembinaan dan pengembangan usaha bisnisnya.
2. Konsultasi : berkolaborasi dengan Kasatpel PPKUKM (Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil & Menengah) kecamatan Jatinegara wilayah Jakarta Timur
3. Pembinaan : melakukan ceramah mengenai manajerial bisnis dan juga memberikan contoh pembukuan sederhana kepada pelaku UMKM kecamatan Jatinegara wilayah Jakarta Timur.
4. Pelaporan : membuat laporan pertanggungjawaban internal dan luaran berupa tulisan di Jurnal Pengabdian Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis yang kami lakukan untuk pelaku UMKM kecamatan Jatinegara wilayah Jakarta Timur diberikan kepada 2 (dua) pelaku UMKM yakni:

1. Pedagang Kelontong Rumahan,
2. Pedagang Mainan Anak.

Kedua pelaku UMKM tersebut telah di observasi oleh mahasiswa Semester 7 (tujuh) Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta dalam pelaksanaan KKN (Kuliah Kerja Nyata), dan diketemukan bahwa mereka membutuhkan pembinaan dan pengembangan kegiatan usaha bisnisnya. Fakultas Ekonomi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta kemudian merespon hal ini. Dilakukan konsultasi dengan Kastapel PPKUKM (Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil & Menengah) sehingga diputuskan dan dijadwalkan untuk memberi pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis kepada pelaku UMKM dalam hal ini pedagang kelontong rumahan dan pedagang mainan anak yang berada di kecamatan Jatinegara wilayah Jakarta Timur.

Upaya pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis kepada kedua pelaku UMKM tersebut, menurut Rangkuti (2007)⁴, bahwa strategi sebagai alat mencapai tujuan yang kaitannya



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan menjadi dua tipe, yaitu pertama, strategi manajemen yang meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi dan strategi pengembangan pasar. Kedua, strategi bisnis yang sering juga disebut strategi bisnis fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi distribusi atau strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Strategi yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut, meliputi;

- 1) Sosialisasi dan pembinaan,
- 2) Fasilitasi dalam bentuk modal usaha,
- 3) Pelatihan pengelolaan keuangan dan pengembangan produk.

Pada hari Sabtu 5 Maret 2022, tim dari Fakultas Ekonomi Ibnu Chaldun Jakarta melakukan pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis untuk pelaku UMKM yaitu pedagang kelontong. Lokasi acara di jalan Pedati Raya, Jatinegara, Jakarta Timur.

Materi yang disampaikan kepada pedagang kelontong tersebut ialah pengelolaan modal usaha sehingga dari modal usaha tersebut dapat dimaksimalkan agar kegiatan usaha bisnisnya mendapatkan keuntungan dan dari keuntungan tersebut bisa dijadikan sebagai modal kembali untuk pembelian bahan pokok. Dalam kesempatan yang sama dan disinergikan dengan materi tersebut di atas, disampaikan juga bahwa pedagang kecil juga perlu melakukan pencatatan keuangan.

Pencatatan pembukuan bagi pelaku UMKM merupakan aspek yang sangat penting. Pembukuan UMKM termasuk didalamnya laporan keuangan yang menunjukkan kinerja suatu usaha bisnis. Pembukuan bagi pelaku UMKM dapat dilakukan dengan sederhana, dapat disesuaikan dengan besar kecilnya usaha yang dijalankan. Berikut adalah beberapa langkah mudah dalam membuat pembukuan bagi pelaku UMKM. Yang pertama melacak faktur sebagai bukti pendukung untuk melakukan pembukuan dan laporan keuangan. Kedua pisahkan catatan atas piutang dan utang. Ini dilakukan agar pembukuan rapi dan tertata sehingga dapat terhindar dari manajemen buruk yang dapat menyebabkan usaha gagal. Ketiga simpan semua data keuangan dan transaksi lainnya dengan baik dan benar agar dapat digunakan sebagai referensi pada masa yang akan datang. Keempat tinjau pembukuan keuangan secara rutin dan berkala agar dapat mengetahui informasi yang terbaru, sehingga pelaku UMKM dapat mengelola arus kas dan dapat melacak serta mengevaluasi pengeluaran dan pendapatan yang telah terjadi. Terakhir gunakan software akuntansi agar proses membuat pembukuan menjadi lebih mudah. Selain memudahkan dalam membuat pembukuan UMKM, dengan menggunakan software akuntansi, UMKM tersebut akan lebih mudah dipantau secara realtime dan instan tentunya. Bahkan, jurnal dan data transaksi UMKM dapat diakses dimanapun dan kapanpun hanya bermodalkan internet .





Gambar di atas adalah photo dengan pedangan kelontong dengan narasumber yakni: (1) Gemala Paramita., S.E., M.M dan (1) Syahiruddin., S.Sos., M.M

Selain menyampaikan materi, tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi Ibnu Chaldun Jakarta juga menyampaikan bantuan modal usaha kepada pedagang kelontong rumahan .

Pada hari Minggu, 6 Maret 2022, tim dari Fakultas Ekonomi Ibnu Chaldun Jakarta melakukan pembinaan dan pengembangan manajerial bisnis untuk pelaku UMKM yaitu pedagang mainan anak. Lokasi acara di Tempat Berjualan Pedagang Mainan Anak (Bazar Stasiun Tebet).

Materi yang disampaikan kepada pedagang mainan sama halnya seperti pedagang kelontong di atas. Namun, ditekankan kepada manajemen pemasaran dan penjualan, karenanya pedagang mainan biasa melakukan usaha dagangnya di keramaian seperti: pasar, bazar, dll yang tentunya memiliki pesaing pedagang yang sama.

Disampaikan dalam materi pembinaan kepada pedagang mainan anak bahwa dalam prakteknya, kegiatan penjualan dipengaruhi oleh: (Swastha, 2002)⁵

1. Kondisi dan kemampuan menjual

Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus memahami jenis karakteristik produk yang ditawarkan, harga produk, dan syarat penjualan seperti pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual, dan garansi.

2. Kondisi pasar



Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan. Faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli, segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa produknya kepada pembeli, diperlukan adanya sarana serta usaha seperti alat transport, tempat peragaan baik dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan lain-lain, dimana semuanya itu disebut dengan modal.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan kecil, jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya tidak sekompleks perusahaan besar. Masalah penjualan ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan pada orang lain.

5. Faktor lain

Faktor-faktor lain umumnya seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan.

Selain menyampaikan materi, tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi Ibnu Chaldun Jakarta juga menyampaikan bantuan modal usaha kepada pedagang mainan anak .



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Gambar di atas adalah photo dengan pedangan mainan anak bersama narasumber yakni: (1) Gemala Paramita,S.E., M.M dan (2) Syahiruddin., S.Sos., M.M

KESIMPULAN :

1. Perlu meningkatkan wawasan dan pengetahuan pelaku UMKM tentang manajerial bisnis.
2. Mengoptimalkan pengelolaan dengan pembinaan pengelolaan keuangan dan produk
3. Mefasilitasi dalam bentuk modal usaha sebagai upaya pengembangan kegiatan usahanya.

SARAN :

Universitas Ibnu Chaldun sebagai lembaga pendidikan seharusnya dapat dioptimalkan melalui kolaborasi dengan pemerintah dalam mendorong UMKM menjalankan program edukasi melalui pembinaan dan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan masyarakat baik UMKM ataupun bidang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Perdana dkk (2013) .Dampak Kebijakan Ekonomi Kedelai Terhadap Kinerja Perkedelaaian Indonesia, Jurnal Malang Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya
- [2] Mudjiarto (2013), Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan, Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul
- [3] Rojuaniah (2014), Pengaruh Faktor Demografi dan Karakteristik Pribadi Terhadap Keinginan Berwirausaha Mahasiswa Esa Unggul, Forum Ilmiah
- [4] Rangkuti, Freddy (2007). Manajemen Persediaan ; Aplikasi di Bidang Bisnis, Jakarta: PT Raja Grafindo Pustaka
- [5] Basu Swasta (2002). Manajemen Pemasaran ed 2, cet 8, Jakarta: Penerbit Liberty



JPMEMA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).