



PKM MANAJEMEN KEUANGAN PADA UKM MAKANAN PALAI BADA DI KAWASAN PASIA JAMBAK KOTA PADANG

Erni Masdupi¹, Rahmiati²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Padang

²Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Padang

Email: ['emasdupi@gmail.com'](mailto:emasdupi@gmail.com) ['rahmifeunp@gmail.com'](mailto:rahmifeunp@gmail.com)

Abstrak

Salah satu sektor UKM yang memberi kontribusi besar bagi perekonomian nasional adalah UKM makanan. Data BPS menunjukkan pertumbuhan industri makanan lebih dari 10% setiap tahunnya. Ini merupakan indikator bahwa industri makanan yang banyak dikerjakan UKM memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun masalah rendahnya produktifitas UKM selama ini masih terjadi. Organisasi yang kurang profesional, pengelolaan keuangan yang belum baik, akses modal yang terbatas, penguasaan teknologi dan pemasaran yang lemah serta rendahnya motivasi dan kualitas kewirausahaan untuk mengembangkan bisnis adalah beberapa kendala yang dihadapi oleh UKM. Rendahnya produktifitas UKM karena hambatan-hambatan tersebut membutuhkan perhatian lebih dari pemerintah dan lembaga terkait lainnya khususnya perguruan tinggi sehingga UKM mampu bersaing tidak hanya dengan dengan perusahaan besar dari dalam negeri namun juga dari luar negeri.

Palai bada merupakan salah satu makanan yang dihasilkan oleh sentra UKM yang berada di kawasan Pasia Jambak Kota Padang dengan bahan baku utama ikan. Usaha palai bada ini berpotensi untuk dikembangkan namun keterbatasan modal dan minimnya pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan menyebabkan pelaku usaha palai bada sudah merasa puas dengan pendapatan yang mereka terima sehari-hari. Umumnya pelaku usaha palai bada tidak termotivasi untuk mengembangkan usahanya lebih lanjut. Untuk membantu pelaku usaha palai bada mengembangkan usahanya, model pembinaan dan pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan; 1) memberikan pelatihan tentang proses dalam menghasilkan produk yang higienis, inovasi produk, manajemen usaha dan pembukuan keuangan; 2) memotivasi pelaku usaha dengan mengikutkan mereka pameran dan studi banding tingkat nasional dan internasional, dan workshop membangun jaringan pemasar dengan pembeli, *travel agent*, dan hotel.

Kata Kunci: UKM Makanan, Palai Bada, Padang

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat. Di Indonesia, usaha UKM saat ini dianggap sebagai cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. Dari data statistik dan riset yang telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, UKM mewakili jumlah kelompok usaha

terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri sehingga sangat membantu upaya pemerintah dalam mengurangi pengangguran.



UKM makanan menjadi salah satu sektor yang memberi kontribusi besar bagi perekonomian nasional. Namun terbatasnya kemampuan pengelolaan usaha menjadi salah satu hambatan yang menghalangi perkembangan usaha sektor ini. Pembinaan perlu dilakukan agar UKM makanan di Indonesia lebih optimal dalam meningkatkan potensi pasar dalam negeri dan sekaligus mampu menghadapi persaingan dari luar negeri terutama ASEAN. Hasil penelitian Erni, Rahmiati dan Firman (2016 dan 2015b) yang dilakukan pada UKM makanan di kota Padang, Bukittinggi dan Kabupaten Agam mengungkapkan bahwa UKM makanan di Sumatera Barat siap dalam menghadapi persaingan di era *Asean economic community* (AEC) yang sudah diberlakukan di tahun 2015. Hal ini didasarkan atas lima kekuatan bersaing UKM tersebut yaitu ancaman dari pendatang baru, ancaman dari produk substitusi, kekuatan tawar dari pemasok, kekuatan tawar dari pembeli, dan persaingan dalam industri makanan itu sendiri. Pendatang baru bisnis makanan ini cukup banyak karena proses pengurusan izin usaha ini relatif lebih mudah. Ancaman dari produk substitusi juga ada baik dari produk lokal, nasional maupun regional seperti masuknya makanan dari Malaysia dan Thailand. Kekuatan tawar dari pemasok bahan baku relatif lemah karena banyaknya ketersediaan bahan baku tersebut dan harga relatif murah. Sebaliknya, kekuatan tawar pembeli produk makanan ini relatif kuat karena banyak UKM sejenis yang menghasilkan produk yang sama. Persaingan diantara UKM makananpun cukup ketat. Namun UKM makanan di Sumatera Barat merupakan usaha keluarga yang turun temurun sehingga motivasi pelaku usaha untuk mempertahankan keberlangsungan hidup bisnisnya lebih tinggi. Hal ini tentu akan diikuti oleh tingginya kemauan mereka untuk mendapatkan bimbingan dan pembinaan dari lembaga terkait. Ketersediaan bahan

baku yang murah sepanjang masa membuat UKM ini mampu menghasilkan produk dengan harga pokok yang lebih murah sehingga produk-produk UKM makanan di Sumatera Barat akan dapat unggul dalam strategi harga. Tenaga kerja banyak tersedia dan tidak memerlukan keahlian khusus, ini juga berkontribusi pada lebih rendahnya harga pokok produk makanan tersebut (Erni dkk, 2015a). Namun demikian UKM makanan belum optimal dalam memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya maka ini tentu perlu uluran tangan dari perguruan tinggi; dinas perindustrian dan perdagangan; dinas koperasi dan UKM; BUMN dan lembaga keuangan bank dan non bank.

Salah satu sentra UKM makanan di kota Padang berada di kawasan Pasia Jambak dan bergerak dalam bidang produksi makanan berupa palai bada. Seperti diketahui Padang merupakan daerah yang dekat dengan laut sehingga memiliki sumber bahan baku ikan yang melimpah untuk produksi palai bada. Palai bada di kota Padang mirip dengan pepes ikan di daerah lain, namun palai bada memiliki ciri khas yaitu ikannya kecil-kecil yang dicampur dengan cabai serta kelapa kemudian dibungkus dengan daun pisang lalu dibakar dengan memakai sabut kelapa.

Hasil survey yang dilakukan oleh Erni dkk., (2015a) menemukan bahwa usaha palai bada di kawasan Pasia Jambak ini sangat potensial untuk dikembangkan. Rata-rata produksi sehari mencapai 1000 bungkus dan dipasarkan tidak hanya untuk daerah kota Padang saja tapi juga sudah menjangkau daerah lain di luar kota Padang seperti Lubuk Alung, Pariaman dan sekitarnya. Rata-rata palai bada tidak dijual secara langsung oleh pelaku usaha ke konsumen, tapi melalui perantara pedagang keliling yang datang membeli palai bada tersebut ke tempat produksi kemudian menjajakannya ataupun menjualnya di warung-warung. Proses membuat palai bada tidak membutuhkan waktu yang lama, dalam setengah hari

semua palai bada yang di produksi sudah habis dibeli oleh para pedagang ataupun di jajakan sendiri. Peningkatan produksi sebenarnya dapat dilakukan oleh pelaku usaha palai bada ini, namun keterbatasan modal dan minimnya pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan membuat mereka sudah merasa puas dengan pendapatan yang mereka terima sehari-hari. Menurut mereka asalkan dapat memenuhi kebutuhan makan dan belanja sekolah anak untuk hari itu sudah cukup bagi mereka. Umumnya pelaku usaha palai bada ini tidak termotivasi untuk mengembangkan usahanya lebih lanjut.

METODE PELAKSANAAN

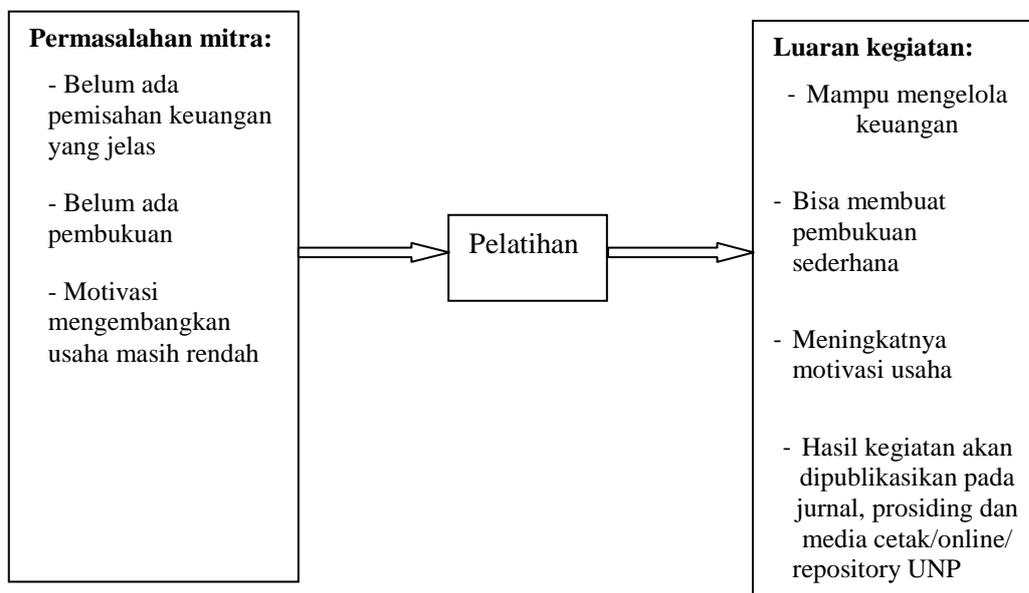
Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra adalah melakukan pelatihan: a) mengelola keuangan usaha dan pribadi, b) membuat pembukuan keuangan sederhana, c) membuka akses terhadap lembaga keuangan, d) membangun motivasi. Pelatihan akan diberikan oleh para

instruktur yang sudah berpengalaman dalam bidang keuangan dan pemasaran. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah, diskusi, tanya jawab, dan pembimbingan.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada UKM makanan palai bada di kawasan Pasia Jambak ini dilakukan dengan tahapan berikut:

- 1) Persiapan: Pertemuan dengan Wali Nagari Lurah, dan tim Pendampingan dari Dinas Koperasi dan UKM makanan kawasan Pasia Jambak serta menyepakati jadwal dan lokasi pelaksanaan kegiatan.
- 2) Persiapan materi pelatihan oleh Para instruktur
- 3) Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan
- 4) Monitoring terhadap hasil pelatihan yang telah dilakukan

Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bagi pelaku usaha makanan palai bada di

kawasan Pasiie Jambak dilaksanakan selama 2 hari yaitu pada tanggal 10-11 Oktober 2017 dengan jadwal pelatihan

dimulai dari jam 13.30 siang sampai dengan jam 17.30. Penetapan jam pelatihan ini dikarenakan pelaku usaha makanan palai bada harus menyiapkan dan memasak palai bada tersebut setiap pagi sampai siangnya untuk kemudian dijual, sehingga kegiatan pelatihan baru bisa diadakan setelah itu.

Kegiatan ini diadakan di daerah Pasie Nan Tigo pada sebuah bangunan yang memang diperuntukkan bagi kegiatan pelatihan oleh dinas UKM dan lembaga lainnya. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini adalah sebanyak 27

orang yang semuanya terdiri dari ibu-ibu pembuat makanan palai bada. Usaha membuat palai bada merupakan usaha pokok ibu-ibu di kawasan pasie ini untuk menopang ekonomi keluarga, disamping sebagai nelayan yang dijalani oleh kepala rumah tangga di daerah ini. Para peserta yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga tersebut sangat antusias saat diundang untuk mengikuti kegiatan ini. Hal ini dilihat dari respon peserta yang datang tepat waktu pada jadwal yang ditetapkan dan tidak seorangpun yang meninggalkan tempat selama kegiatan berlangsung.



Pelaksanaan kegiatan pada hari pertama sesi pertama menyajikan materi pelatihan tentang mengelola keuangan usaha. Dasar utama mengapa topik ini diangkat dikarenakan kebanyakan pelaku usaha kecil tidak mengerti bagaimana mengelola keuangan usaha mereka. Pada umumnya pengelolaan keuangan usaha kecil tidak dipisahkan dengan keuangan keluarga sehingga tidak dapat dipastikan berapa pendapatan dan biaya sesungguhnya dari usaha tersebut untuk mengetahui apakah usaha tersebut tetap layak diteruskan atau tidak. Dalam penyajian disampaikan tips mengelola keuangan usaha dan membuat pembukuan bisnis yang sederhana.

Pada sesi kedua disampaikan materi pelatihan tentang motivasi berusaha.

Salah satu karakteristik dari pelaku usaha kecil adalah merasa puas dengan usaha dan hasil yang mereka dapatkan selama ini dan tidak tertarik untuk membuat usaha tersebut berkembang lebih besar. Hal ini menyebabkan usaha kecil berada dalam posisi stagnan, padahal mereka memiliki potensi untuk berkembang. Penyajian materi ini dimaksudkan agar usaha kecil termotivasi untuk mengembangkan usahanya. Materi disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan gaya yang santai sehingga mudah dipahami oleh pelaku usaha yang mayoritas merupakan ibu-ibu rumah tangga dengan tingkat pendidikan yang seadanya.



Pada hari kedua sesi pertama disajikan materi tentang akuntansi keuangan sederhana bagi usaha rumah tangga. Terlebih dahulu peserta pelatihan diperkenalkan dengan istilah atau nama-nama akun yang terdapat dalam sebuah pembukuan. Selanjutnya peserta diajarkan cara membukukan transaksi dan memindahkannya ke dalam akun yang sesuai. Penyajian materi disertai dengan contoh-contoh transaksi yang logis dan dekat dengan keseharian peserta agar lebih mudah dipahami.

Pada sesi kedua dihari kedua disampaikan materi tentang strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah. Strategi pemasaran mencakup strategi produk, harga, promosi dan distribusi. Pada awal penyajian dijelaskan terlebih dahulu karakteristik pemasaran produk usaha kecil dan rumah tangga yang umumnya dilakukan oleh pelaku usaha. Selanjutnya peserta diberi pengetahuan tentang membuat kemasan produk yang menarik dan memberi merek/label. Seluruh peserta mendengarkan penjelasan yang diberikan oleh pemateri dengan antusias yang tinggi karena materi disajikan dengan cara yang mudah untuk dipahami dan dimengerti.

Keberhasilan kegiatan pelatihan ini dapat terlihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti pelatihan, antusiasme dalam kegiatan dan juga feed back yang

muncul dari peserta selama kegiatan pelatihan. Kegiatan evaluasi diperlukan untuk melihat sejauh mana peserta memahami tentang bagaimana mengelola keuangan sebuah usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengembangan UKM sebagai salah satu pelaku usaha di Indonesia perlu dilakukan secara berkelanjutan. Sebagai sebuah lembaga usaha yang mandiri, UKM dianggap lebih memiliki ketahanan dalam menghadapi badai krisis yang terjadi di Indonesia. Hal ini mungkin didasarkan kepada masih banyak UKM yang berhasil melewati badai krisis, bahkan jumlah UKM malah semakin bertambah. UKM menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin keras, UKM harus tetap bisa mengoptimalkan kelebihan yang mereka miliki agar bisa bertahan dalam persaingan tersebut. Untuk meningkatkan kemampuan menghadapi pasar, maka pelaku usaha makanan seperti palai bada ini perlu memiliki pengetahuan tentang cara-cara mengelola keuangan usaha yang baik sehingga usahanya dapat berkembang lebih besar. Secara tidak langsung perkembangan usaha makanan yang semakin baik akan dapat membantu program pemerintah dalam mengembangkan perekonomian daerah secara luas.



Saran

Kegiatan pengabdian khususnya pelatihan mengenai manajemen keuangan bagi usaha kecil perlu dilakukan secara berkelanjutan, karena pengelolaan keuangan yang baik merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha di masa yang akan datang.

DAFTAR REFERENSI

- Erni, M., Rahmiati and Firman (2015). Readiness Of Small Medium Enterprises In West Sumatera Faces Asean Economic Community, *Jurnal Kajian Manajemen dan Bisnis* Vol 4.No 2, Hal 119-130
- Erni, M., Rahmiati and Firman (2015b), Model Pemberdayaan UKM Sumatera Barat Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah Dalam Rangka Menyongsong *Asean Economic Community*, Laporan Penelitian HIBER Tahun 1
- Erni, M., Rahmiati and Firman (2016), Model Pemberdayaan UKM Sumatera Barat Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah Dalam Rangka Menyongsong *Asean Economic Community*, Laporan Penelitian HIBER Tahun 2
- Porter, M.E., (1994). Keunggulan Bersaing. Tim Penerjemah Binarupa Aksara, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Purba, J. N. (2008). Pemberdayaan Masyarakat Desa Di Kecamatan Panombeian Panei Kabupaten Simalungun (Studi Tentang Program Bantuan Pembangunan Nagari / Kelurahan (BPN /K). *Tesis*, Program Pascasarjana Universitas, Sumatera Utara, Medan
- Rahmiati, Erni Masdupi dan Firman. (2013). Pemberdayaan Kelompok Perempuan Nagari Melalui Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro.