



PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA UMKM DESA TABA LAGAN KABUPATEN BENGKULU TENGAH

No	Penulis	Email
1	Muhamad Irpan Nurhab	irpanmatstat@gamil.com
2	Badaruddin Nurhab	b85nurhab@gmail.com

¹ IAIN Metro Lampung


² UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

✉ irpanmatstat@gamil.com

Abstrak

Perkembangan jumlah UMKM di Desa Taba lagan Kabupaten Bengkulu Tengah dari tahun ke tahun semakin bertambah. Kebanyakan UMKM di Desa Taba Lagan yaitu lebih mengarah pada bidang Perternakan Ayam Petelur. Masih terdapat beberapa kendala yang pada umumnya dihadapi oleh pelaku UMKM. Tujuan kegiatan diantaranya Memberikan pengetahuan bagi pelaku usaha tentang pentingnya pencatatan transaksi keuangan melalui manajemen keuangan sederhana. Kegiatan pendampingan dilakukan di Desa Taba lagan Kabupaten Bengkulu Tengah selama 1 bulan pada bulan Oktober ahun 2024. Metode pelaksanaan yaitu diawali dengan adanya survey dan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan serta monitoring dan evaluasi. Melalui pendampingan dapat memberikan output bagi Desa Taba lagan Kabupaten Bengkulu Tengah yaitu Penyusunan Laporan Keuangan.

Kata Kunci: UMKM, Laporan Keuangan, Pelatihan dan Pendampingan

 ©2024. Diterbitkan oleh Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi BY-NC <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Bahkan, UMKM telah terbukti tangguh menghadapi krisis. Ketika krisis melanda pada periode 1997–1998, hanya UMKM yang mampu tetap bertahan dengan kokoh. Pengalaman tersebut telah menyadarkan banyak pihak untuk memberikan perhatian yang lebih besar kepada bisnis skala mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah dan legislatif menunjukkan perhatian mereka terhadap UMKM dengan meluncurkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dengan adanya peraturan yang berfungsi sebagai payung hukum, ruang gerak UMKM menjadi semakin leluasa. Persoalan klasik, seperti akses permodalan kepada lembaga keuangan, pun mulai dapat diatasi. Hal ini karena dalam peraturan tersebut tercantum ketentuan mengenai perluasan pendanaan serta fasilitasi oleh perbankan dan lembaga jasa keuangan non-bank.

UMKM selalu menjadi alternatif bagi mereka yang ingin memperbaiki perekonomian setelah terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dari tempat mereka bekerja (Syahrenny et al., 2021). Pada masa krisis moneter tahun 1998, UMKM menjadi penyelamat perekonomian dengan kontribusi terhadap Produk

Domestik Bruto (PDB) sebesar 60%. Selain itu, UMKM juga mampu menyerap hampir 100% tenaga kerja, setara dengan menciptakan 120 juta lapangan pekerjaan. Meskipun UMKM mampu bertahan pada masa krisis moneter tahun 1998 dan 2008, tahun 2020 menjadi tantangan besar bagi sektor ini akibat pandemi COVID-19 yang memaksa diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Menurut survei yang dilakukan oleh Smesco Indonesia, lembaga layanan pemasaran koperasi dan UMKM di bawah Kementerian Koperasi dan UKM, 35,6% pelaku UMKM di sektor olahan makanan mengalami penurunan omzet yang signifikan, diikuti sektor kerajinan sebesar 13,8% dan sektor fashion sebesar 16% (Widyaningrum, 2020). Pemasaran secara digital diharapkan menjadi solusi untuk mengatasi tantangan tersebut sehingga UMKM dapat terus beraktivitas dan meningkatkan penjualannya. Namun, hanya sedikit pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan digital marketing dan e-commerce. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan platform e-commerce (Hadi & Zakiah, 2021).

Pemasaran melalui teknologi bukanlah satu-satunya kelemahan pelaku UMKM. Masalah yang dihadapi UMKM masih beragam, dan menjadi tanggung jawab bersama untuk mengatasinya agar UMKM dapat terus berkembang. Secara umum, kendala yang dihadapi UMKM meliputi rendahnya tingkat pendidikan, kurangnya pemahaman tentang teknologi informasi, serta kesulitan dalam menyusun laporan keuangan (Syahrenny, Widiarma, et al., 2022). Selain itu, minat pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan juga tergolong rendah (Grafiti, 2016). Kelemahan lainnya, sebagaimana diungkapkan oleh Suci (2017), mencakup keterbatasan permodalan, baik dari segi jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan operasional dalam mengorganisasi usaha, serta pemasaran yang masih terbatas. Di samping itu, UMKM juga menghadapi persaingan yang tidak sehat dan tekanan ekonomi, yang menyebabkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas.

Strategi pemasaran memegang peranan penting bagi UMKM dalam mencapai tujuannya (Triyaningsih, 2012). Di era digital saat ini, pemasaran digital menjadi aspek krusial bagi bisnis, terutama UMKM, untuk meningkatkan penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Wardhana mengungkapkan bahwa strategi digital marketing memiliki pengaruh sebesar 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya (Rahadi & Wardiman, 2022). Sejalan dengan itu, Rahmayani et al. menyatakan bahwa digital marketing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Kebermanfaatan digital marketing sangat dibutuhkan untuk meningkatkan volume penjualan (Rahmayani et al., 2023). Promosi melalui media sosial, seperti blog, Facebook, WhatsApp (Jayanti Mandasari et al., 2019), serta platform terkini seperti TikTok dan Instagram, juga sangat diperlukan. Promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan, memberikan informasi, dan menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Pemasaran secara digital dilakukan karena media elektronik semakin diminati oleh masyarakat modern. Penerapan teknologi, khususnya dalam industri fashion, lebih banyak dilakukan melalui

media sosial untuk menjalin hubungan yang baik dan berkomunikasi dengan konsumen (Ariza & Aslami, 2021).

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Taba Lagan, Kabupaten Bengkulu Tengah, selama bulan Oktober 2024. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah UMKM Ayam Petelur yang berada di desa tersebut. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi:

1. Survei dan sosialisasi terkait maksud dan tujuan kegiatan.
2. Pelatihan dan Pendampingan.

Untuk mencapai tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, diperlukan metode pelatihan dan pendampingan guna memberikan wawasan serta pengetahuan terkait penyusunan laporan keuangan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini menggunakan metode sederhana yang dirancang untuk kebutuhan UMKM, baik secara manual maupun berbasis pendekatan khusus, guna mengukur dan menyusun laporan keuangan yang sesuai. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menyusun laporan keuangan, khususnya bagi pelaku UMKM. Diharapkan, melalui kegiatan ini, pelaku UMKM mampu memahami dan menerapkan penyusunan laporan keuangan yang sederhana namun efektif untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Survey dan Sosialisasi

Survey dan sosialisasi dilaksanakan di awal kegiatan pada pemangku jabatan di tingkat Desa. Inti dari sosialisasi adalah (1) menyampaikan maksud dan tujuan dari kegiatan Pendampingan Satu UMKM Satu Dosen; (2) hal-hal yang dibutuhkan dalam rangkaian kegiatan pendampingan; (3) Metode pendampingan yang nantinya akan dilaksanakan dan (4) bentuk dukungan dan keberlanjutan dari kegiatan pendampingan. Dari kegiatan ini nantinya didapatkan ide pemecahan masalah yang menjadi keinginan sebagian besar pelaku usaha (Prabowo dkk, 2023). Beberapa informasi yang diperoleh dari kegiatan sosialisasi antara lain sebagai berikut: 1. Kebanyakan para pelaku usaha UMKM masih belum memahami etika dalam menjalankan bisnisnya. 2. Pelaku usaha UMKM masih belum melakukan pengelolaan manajemen keuangan yang baik 3. Banyak pelaku usaha UMKM yang mengalami kemerosotan penjualan dikarenakan tidak maksimalnya pemasaran yang dilakukan.

Pelatihan dan Pendampingan

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui wawancara dengan salah satu pelaku usaha UMKM Ayam Petelur, sekaligus memberikan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan

dan keterampilan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan sederhana. Fokus utama adalah memberikan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan transaksi keuangan yang terstruktur serta meningkatkan kemampuan pelaporan keuangan.

Materi Pelatihan dan Pendampingan

Materi yang disampaikan meliputi informasi tentang risiko dan konsekuensi transaksi serta jangka waktu transaksi. Setelah pelatihan, pelaku UMKM dibimbing untuk mencatat seluruh pengeluaran atau transaksi yang telah dilakukan, serta pendapatan yang diterima selama satu bulan, sesuai dengan tanggal terjadinya transaksi. Pencatatan ini dilakukan pada buku laporan keuangan yang dirancang untuk membantu pelaku UMKM menyusun laporan keuangan secara sederhana.

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari siklus akuntansi yang menyajikan informasi penting bagi pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan (Sugiri & Riyono, 2018). Tujuan penyusunan laporan keuangan adalah untuk mempermudah pencarian informasi terkait posisi keuangan usaha. Informasi dalam laporan keuangan diperoleh dari neraca saldo setelah dilakukan penyesuaian (Kasmir, 2019).

Komponen Laporan Keuangan

1. **Neraca:** Menyajikan informasi tentang aset, kewajiban, dan ekuitas pada suatu periode tertentu.
2. **Laporan Laba Rugi:** Menggambarkan hasil operasional, termasuk pendapatan dan beban, sehingga dapat diketahui laba bersih.
3. **Laporan Perubahan Modal:** Menunjukkan perubahan modal selama periode tertentu.
4. **Laporan Arus Kas:** Melaporkan arus kas masuk dan keluar, baik dari kegiatan operasional, investasi, maupun pembiayaan.
5. **Catatan atas Laporan Keuangan:** Berisi tambahan informasi terkait nilai-nilai yang ada dalam laporan keuangan.

Manfaat dan Tujuan Pelatihan

Pelatihan ini bertujuan untuk memodernisasi pola pikir pelaku usaha sehingga mereka dapat menjalankan bisnisnya secara lebih efektif dan efisien. Pengusaha dilatih untuk menyusun laporan keuangan yang meliputi pencatatan pemasukan kas, pengeluaran kas, dan laporan laba rugi.

1. **Pemasukan Kas:** Penerimaan tunai dari penjualan atau pendapatan lainnya.
2. **Pengeluaran Kas:** Pengeluaran tunai untuk kegiatan operasional, termasuk kebutuhan perusahaan.
3. **Laporan Laba Rugi:** Bagian dari laporan keuangan yang mencakup pendapatan dan beban usaha, serta menghasilkan informasi tentang laba bersih.

Pencatatan atau pembukuan dilakukan setiap hari karena usaha kuliner, seperti UMKM Ayam Petelur, memiliki banyak transaksi harian. Tujuan akhir dari pelatihan ini adalah agar pelaku usaha mampu memahami dan menyusun laporan arus kas, mencatat pengeluaran dan pemasukan, serta laporan laba rugi. Dengan demikian, mereka dapat membuat catatan keuangan yang berguna untuk masa depan dan mampu mengukur pengeluaran, pendapatan, serta keuntungan usaha.

4. Simpulan

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM Ayam Petelur, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik. Pertama, Pelaku usaha atau UMKM yang ada di Desa Taba Lagan Kabupaten Bengkulu Tengah masih belum melakukan pencatatan/pembukuan. Hal ini disebabkan karena mereka beranggapan bahwa dalam melakukan pencatatan keuangan itu tidak efisien, merepotkan dan menyita banyak waktu karena pelaku usaha tersebut belum mengetahui manfaat dari pencatatan /pembukuan bagi perkembangan bisnis yang dilakukan dan kurangnya pengetahuan tentang pembukuan keuangan. Kedua dalam hal pembukuan dan pembuatan laporan keuangan, pelaku UMKM menunjukkan minat yang sangat baik setelah dijelaskan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Ini bermanfaat dalam mengatasi masalah seperti pencatatan yang urang lengkap, percampuran dana pribadi dan perusahaan, kehilangan barang, dan perbaikan kualitas produk dagang yang sudah kadaluarsa.

Daftar Pustaka

- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 188–194. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.834>
- Grafiti, A. S. (2016). Minat Pelaku UMKM untuk Menyusun Laporan Keuangan: Aplikasi Theory of Planned Behavior (Studi pada UMKM di Wilayah Bandung). 1-43.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41. <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7C32>
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Rahadi, D. R., & Wardiman, C. (2022). Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi Covid-19. In *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol.5, Issue 1). <https://doi.org/10.24014/ekl.v5i1.14713>
- Rahmayani, M. W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri

- Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition* , 14(1), 2023–2131.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
- Syahrenny, N., Kusmaeni, E., Widiarma, I., & Tegowati, T. (2022). Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Dan Penyusunan Laporan. *Krean*, 2(3), 87–91.
- Syahrenny, N., Widiarma, I., & Fitria, A. (2022). Penyusunan Sistem Akuntansi Persediaan Dan Teknik Perencanaan Strategi Bisnis Untuk Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 3798–3808.
<https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10255>
- Triyaningsih, S. L. (2012). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah Sri Lestari Triyaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12, 37–46.
- Widyaningrum, N. (2020). UMKM Indonesia Tahan Banting Pada Krisis 1998 dan 2008, Tapi Tidak Saat Pandemi. In *The Converstion* (pp. 1–27).
<https://theconversation.com/umkm-indonesia-tahan-banting-pada-krisis-1998dan-2008-tapi-tidak-saat-pandemi-141136>