

## MANAJEMEN KEUANGAN SEDERHANA PADA *HOME INDUSTRY* “GETHUK PISANG” SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN *DAYA SAING* *ICONIC PRODUCT* KEDIRI

Elmi Rakhma Aalin<sup>1\*</sup>, Saiful Arif<sup>2</sup>, dan Muhamad Jainudin<sup>3</sup>

Politeknik Negeri Malang (PSDKU) Kediri, Kediri<sup>1,2</sup>

Politeknik Kediri, Kediri<sup>3</sup>

\*E-mail: info@polinema.ac.id

### Abstract

As an entity that helps to solve problems in Indonesia, SMEs deserve special attention, especially SMEs engaged in the iconic industry in each region. One of the iconic industries in Kediri is Gethuk Pisang. Gethuk Pisang home industry is carried out traditionally, so it has barriers in the development process. Simple financial management and digital marketing were needed in order to encourage the SME industry. One of the methods used to encourage the growth of Gethuk Pisang home industry was to use conversation material with communicative interactions.

**Keywords:** Simple Financial Management, Iconic Product, Gethuk Pisang, SMEs.

### Abstrak

*Sebagai entitas yang turut membantu menjawab permasalahan di Indonesia, UMKM layak mendapatkan perhatian khusus, utamanya UMKM yang bergerak dalam iconic industry di suatu wilayah. Salah satu iconic industry yang ada di Kediri adalah gethuk pisang. Home industry gethuk pisang mayoritas dilaksanakan secara tradisional, sehingga mengalami kendala dalam proses perkembangannya. Pengetahuan mengenai manajemen keuangan sederhana serta pemasaran digital diperlukan agar dapat mendorong pelaku UMKM utamanya industri gethuk pisang hingga dapat berkembang. Metode yang digunakan untuk mendorong pertumbuhan home industry gethuk pisang salah satunya adalah dengan menggunakan penyuluhan dengan interaksi yang komunikatif.*

**Kata kunci:** *Manajemen Keuangan Sederhana, Iconic Product, Gethuk Pisang, UMKM.*

### 1. PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai entitas yang turut membantu mempertahankan stabilitas ekonomi di Indonesia layaknya perlu mendapatkan perhatian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dari tahun 2016 hingga tahun 2017 mengalami

perkembangan sebesar 2% serta mampu menyumbang pembukaan lapangan pekerjaan serta menyerap tenaga kerja yang terus meningkat setiap tahun, dengan peningkatan sebesar 3,27% atau sejumlah lebih dari tiga juta orang, jumlah yang cukup signifikan untuk mengatasi salah satu masalah Negara, yaitu pengangguran (Indonesia, 2017). Didukung dengan fakta

yang ada, bahwa memang peran UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata karena masyarakat juga turut merasakan dampak kemandirian ekonomi yang diberikan oleh UMKM. Lebih dari satu juta UMKM tersebar di seluruh Indonesia (Indonesia, 2017) yang seluruhnya perlu mendapatkan perhatian guna mendukung perkembangan UMKM tersebut agar lebih berdaya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Hampir di seluruh wilayah yang ada di Indonesia memiliki produk unggulan UMKM tersendiri tak terkecuali Kota Kediri. Beberapa produk unggulan yang banyak di usung di beberapa daerah adalah produk olahan makanan. Kediri merupakan salah satu kota yang ada di Provinsi Jawa Timur yang memiliki beberapa produk unggulan khas yaitu Tahu Kuning, Gethuk Pisang, dan Keripik Bekicot. Salah satu produk olahan makanan dari Kediri yang cukup terkenal hampir di seluruh wilayah Indonesia adalah Gethuk Pisang. Apabila para wisatawan berkunjung ke Kediri, maka tidak akan sulit untuk menemukan produk olahan makanan Gethuk Pisang. Namun dibalik keunggulan dari produk olahan tersebut terdapat fakta menarik bahwa produk olahan Gethuk Pisang merupakan produk olahan dari *home industry* yang mayoritas seluruh proses produksi masih dikerjakan secara manual dan tanpa memiliki sistem pengelolaan keuangan yang memadai, sehingga banyak dari pemilik *home industry* Gethuk Pisang yang terjebak dalam masalah kesulitan berkembang karena minimnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan.

Masalah tentang pengelolaan keuangan telah beberapa kali menjadi sorotan peneliti dan telah terbukti secara empiris menjadi salah satu faktor penghambat UMKM berkembang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wang, 2016) terdapat lima

faktor utama yang menyebabkan UMKM sulit berkembang, utamanya di negara dengan kondisi ekonomi berkembang. Faktor-faktor tersebut antara lain akses keuangan, tarif pajak, listrik, dan faktor politik. Setali tiga uang dengan (Wang, 2016), penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Olivan, 2017) memperkuat bukti empiris bahwa seringkali UMKM menghadapi masalah keuangan.

Adanya fasilitas Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari salah satu bank yang ada di Indonesia memang menjawab permasalahan kurangnya modal yang dialami oleh mayoritas UMKM untuk berkembang, namun tanpa didampingi dengan pengetahuan keuangan yang baik. Adanya pinjaman dengan bunga rendah seperti KUR pun dirasa akan kurang memberikan manfaat apabila para pelaku UMKM tersebut masih mencampuradukkan antara keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha.

Sesuai dengan asumsi-asumsi yang berlaku pada kerangka konseptual akuntansi bahwa sebuah entitas merupakan kesatuan ekonomi yang dipandang sebagai unit pertanggungjawaban terpisah dari pemiliknya atau dari unit usaha lainnya (Rudianto, 2018), maka sudah seharusnya pelaku UMKM mengetahui serta memahami bahwa keuangan usaha hendaknya terpisah dari kebutuhan rumah tangga. Pemisahan keuangan tersebut bertujuan agar terpenuhi asumsi *going concern* suatu entitas, yakni suatu usaha didirikan atau dijalankan untuk beroperasi secara terus menerus atau berkesinambungan. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu:

1. Permasalahan pertama yang dihadapi mitra adalah bagaimana pengelolaan keuangan yang baik untuk *home industry*.
2. Permasalahan kedua yang dihadapi mitra adalah bagaimana memaksimalkan

pemasaran produk dengan menggunakan media sosial.

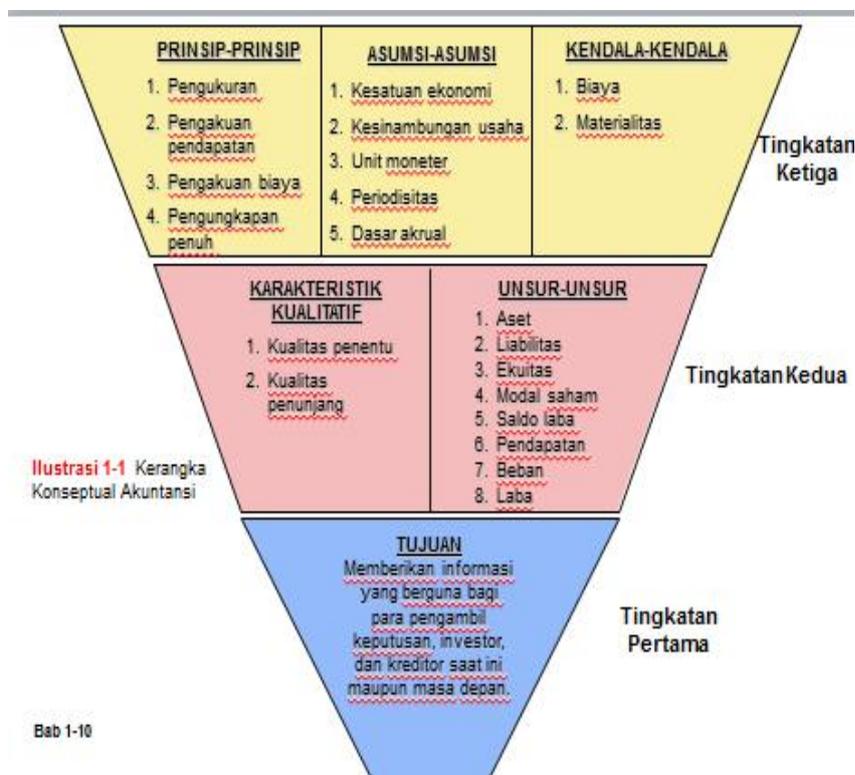
### 1.1 Kerangka Konseptual Akuntansi

Kerangka konseptual merupakan rancangan kerangka dasar yang akan membentuk suatu perusahaan dengan segala keunikan yang ada di dalamnya (Rudianto, 2018). Setiap entitas bisnis memang memiliki keunikan tersendiri tak terkecuali UMKM, oleh karena itu diperlukan standar utama sebagai patokan dalam penyusunan

laporan yang menyajikan informasi keuangan entitas.

Kerangka konseptual sangat penting bagi perkembangan akuntansi secara umum karena berguna untuk:

- a. Membentuk konsep dasar dan tujuan.
- b. Memberikan kerangka kerja bagi pemecahan masalah praktis yang baru.
- c. Meningkatkan pemahaman dan keyakinan para pemakai laporan keuangan.
- d. Mendorong komparabilitas diantara laporan keuangan perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Rudianto, 2018

Secara sederhana kerangka konseptual dibagi menjadi tiga tingkatan. Tingkatan pertama membahas mengenai tujuan pelaporan keuangan. Tingkatan kedua membahas mengenai karakteristik kualitatif dan unsur-unsur laporan keuangan. Tingkatan ketiga membahas mengenai asumsi, prinsip, dan kendala dalam penyusunan laporan keuangan. Secara

sederhana kerangka konseptual dapat ditampilkan pada Gambar 1.

### 1.2 Pengelolaan Keuangan: Asumsi-Asumsi Dasar

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah dibahas sebelumnya, terdapat beberapa asumsi dasar yang perlu dimiliki suatu entitas dalam penyusunan laporan keuangan.

Beberapa asumsi-asumsi dasar tersebut antara lain: 1) entitas ekonomi; 2) *going concern*; 3) *monetary unit*; 4) periodesitas; 5) dasar akrual. Kelima dasar asumsi tersebut mendasari struktur akuntansi keuangan.

Asumsi entitas ekonomi mengandung arti bahwa aktivitas ekonomi dapat diidentifikasi dengan unit pertanggungjawaban tertentu (Kieso et al, 2007). Lebih lanjut penjelasan mengenai asumsi entitas ekonomi tersebut memiliki makna bahwa entitas bisnis dapat dipisahkan dan dibedakan dengan aktivitas pemiliknya dengan setiap unit bisnisnya. Secara sederhana dapat pula diartikan bahwa hendaknya keuangan entitas dipisahkan dengan keuangan rumah tangga pemilik, dalam hal ini adalah pemilik UMKM.

Sebagian besar metode akuntansi didasarkan atas asumsi *going concern*, yaitu perusahaan bisnis akan memiliki umur yang panjang (Kieso et al, 2007). Pemahaman tersebut mengindikasikan bahwa diharapkan suatu entitas bisnis dapat berlangsung selamanya, meskipun mungkin asumsi "selamanya" agaknya terlalu berlebihan, namun seorang akuntan hendaknya memiliki asumsi bahwa suatu entitas akan hidup cukup lama. Asumsi kelangsungan hidup banyak diterapkan dalam entitas bisnis, tanpa terkecuali UMKM.

Selanjutnya asumsi *monetary unit* yang mengandung arti bahwa uang adalah dominator umum dari aktivitas ekonomi dan merupakan dasar yang tepat bagi pengukuran dan analisis akuntansi (Kieso et al, 2007). Menurut asumsi unit moneter bahwa segala sesuatu yang tersaji dalam laporan keuangan hendaknya dapat diukur menggunakan satuan moneter. Penggunaan unit moneter adalah karena unit moneter dianggap paling relevan, sederhana, tersedia secara umum,

dapat dipahami dengan mudah oleh semua pengguna laporan keuangan.

Asumsi periodesitas atau periode waktu menyiratkan bahwa aktivitas ekonomi sebuah entitas dapat dipisahkan berdasarkan periode waktu. Menurut (Kieso et al, 2007) periode waktu dapat bervariasi antara entitas satu dengan yang lainnya, tetapi yang paling umum digunakan adalah bulanan, kuartalan, dan tahunan. Berdasarkan asumsi periodesitas, maka dapat ditarik benang merah, bahwa pencatatan sederhana akuntansi atau keuangan hendaknya dilakukan secara berkala dengan periode yang telah ditentukan.

Asumsi terakhir yaitu dasar akrual, menurut asumsi ini perusahaan harus menyusun laporan keuangan atas dasar akrual (*accrual basis*) kecuali laporan arus kas (Rudianto, 2018). Dasar akrual merupakan dasar pencatatan keuangan yang berpedoman pada tanggal terjadinya suatu transaksi. Dasar akrual telah sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan, sehingga penerapan dasar akrual pada UMKM dapat merepresentasikan kondisi keuangan UMKM secara lebih relevan sesuai dengan kondisi keuangan UMKM.

### 1.3 Pemasaran dan *Social Media*

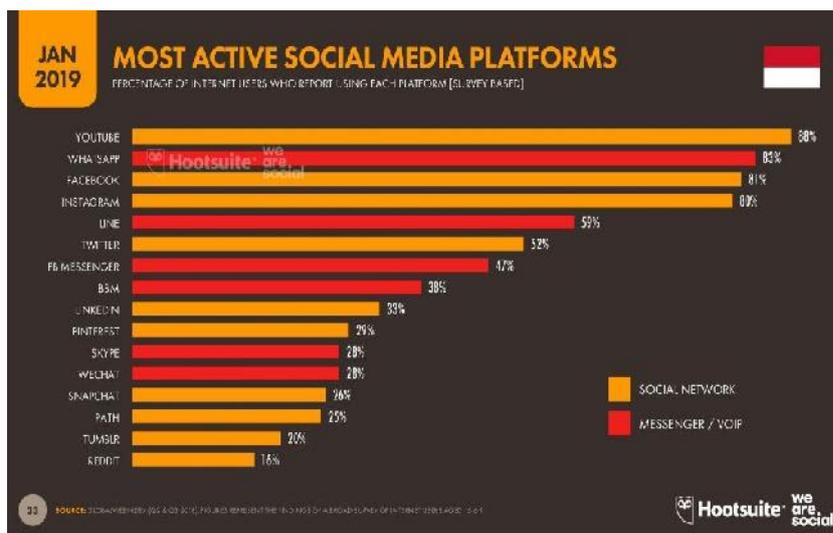
Peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari sudah tidak dapat terelakkan lagi. Hampir seluruh lapisan masyarakat saat ini telah melekat teknologi, utamanya *smartphone*. Berdasarkan data yang dipaparkan oleh (Alfarizi, 2019) Indonesia menduduki peringkat ke-24 dunia sebagai pengguna *smartphone*. Hal ini tentunya dapat dipandang sebagai peluang bisnis. Pertumbuhan pengguna *smartphone* di Indonesia cukup tinggi. Kategori pemakai muda (usia 18-34 tahun) kepemilikan *smartphone* meningkat dari 39 persen

menjadi 66 persen dari 2015-2018. Sedangkan untuk pengguna HP berusia di atas 50 tahun, pemakai *smartphone* juga naik dari 2% pada 2015 menjadi 13% pada 2018.

Fakta pengguna *smartphone* tersebut dapat dijadikan suatu acuan bahwa Indonesia sebenarnya memiliki kapasitas untuk berkembang dalam *digital marketing industry* untuk kemudian mengaca pada negara Cina yang pada akhirnya dapat melahirkan Alibaba (Indonesia Raksasa Digital Teknologi Asia, 2015). Saat ini, Indonesia sendiri telah memiliki *market place online* yang bernama Alibaba dan Gojek yang juga turut berkontribusi dalam menjawab permasalahan kurangnya lapangan pekerjaan serta sulitnya pemasaran produk daerah.

Adanya *start-up market place* di Indonesia kemudian tidak lantas menjadikan seluruh lapisan masyarakat Indonesia dapat menggunakan teknologi tersebut, keterbatasan SDM salah satu penyebabnya serta keanekaragaman budaya yang melekat pada masyarakat Indonesia pula juga turut menyumbang keterbatasan penggunaan *market place* di Indonesia.

Menurut data (Indonesia Digital 2019: Media Sosial, 2019) media sosial yang menduduki peringkat ke-1 hingga ke-3 bukanlah *market place* melainkan *Youtube*, *Whatsapp*, dan *Facebook*. Hal ini kemudian menarik para pelaku usaha untuk dapat melakukan pemasaran melalui *Whatsapp* dan *Facebook*.



Sumber: Indonesia Digital 2019: Media Sosial, 2019

**Gambar 2.** Data Presentase Pengguna Media Sosial

Tujuan yang ingin dicapai dari program pengabdian masyarakat ini yaitu meningkatkan daya saing *home industry* gethuk pisang khas Kediri melalui pemahaman sederhana tentang manajemen keuangan. Lebih lanjut lagi, diharapkan melalui pemasaran digital akan dapat mendorong perkembangan industri gethuk

pisang yang ada di Kediri. Adapun manfaat dari program pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang keuangan sederhana.
2. Meningkatkan penjualan gethuk pisang dengan maksimalisasi pemasaran secara *online* menggunakan *Facebook*.

## 2. METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Sasaran dalam program pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM gethuk pisang yang terletak di Desa Klampitan Kabupaten Kediri. Sasaran tersebut ditetapkan dengan harapan bahwa adanya pengetahuan sederhana mengenai pengelolaan keuangan dapat mendorong pertumbuhan *home industry* gethuk pisang sekalipun terletak di wilayah pelosok. Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini menggunakan Metode Diskusi Interaktif. Melalui diskusi interaktif (Gambar 3) dengan pelaku UMKM gethuk pisang secara langsung diharapkan akan diperoleh pemahaman secara mendalam mengenai pengelolaan keuangan sederhana. Pada metode ini, akan dilibatkan mahasiswa sebagai asisten selama kegiatan berlangsung.



Sumber: data diolah, 2019

**Gambar 3.** Proses Pelaksanaan Diskusi Interaktif dengan Pelaku UMKM Gethuk Pisang

## 3. HASIL DAN DISKUSI

### 3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan manajemen keuangan sederhana bagi pelaku UMKM gethuk pisang ini dilakukan di Desa Klampitan Kabupaten Kediri. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan manajemen keuangan sederhana dilaksanakan pada tanggal 11 Juli 2019. Kegiatan penyuluhan manajemen keuangan sederhana untuk UMKM industri gethuk pisang ini dihadiri oleh pemilik

UMKM gethuk pisang beserta seluruh karyawannya yang mayoritas terdiri dari ibu-ibu rumah tangga. Materi pendampingan meliputi:

- Pencatatan keuangan terpisah.
- Pemasaran menggunakan *Facebook*.
- Tata cara pembuatan *merk*.

### 3.2 Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini secara garis besar mencakup beberapa komponen, yaitu:

- Kehadiran dan partisipasi aktif dari peserta selama kegiatan berlangsung mencerminkan antusiasme peserta kegiatan.
- Sikap dan tanggapan peserta kegiatan menunjukkan bahwa peserta kegiatan tertarik untuk mempraktikkan materi yang didapat selama kegiatan.

Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM gethuk pisang beserta seluruh karyawannya yang berjumlah kurang lebih 20 orang, dengan demikian bahwa target peserta tercapai. Ketercapaian tujuan penyuluhan manajemen keuangan sederhana ini secara umum sudah baik, namun keterbatasan waktu yang ada mengakibatkan penyuluhan manajemen keuangan sederhana ini hanya dapat dilaksanakan dalam waktu beberapa hari saja, mengingat materi mengenai manajemen keuangan merupakan materi yang cukup panjang, agaknya waktu yang dimiliki menjadi kendala untuk menyampaikan materi secara maksimal. Ketercapaian target materi pada kegiatan pengabdian ini tergolong baik, karena materi penyuluhan telah dapat disampaikan secara keseluruhan. Materi penyuluhan yang telah disampaikan adalah:

- Asumsi dasar akuntansi, yaitu asumsi entitas ekonomi.

b. Pemasaran melalui media *Facebook* dan pembuatan merk dagang

Kemampuan dan respon dari peserta dapat dilihat dari antusiasme peserta dalam mengajukan pertanyaan. Secara keseluruhan kegiatan penyuluhan ini dapat dikatakan berhasil. Keberhasilan ini selain diukur dari ketiga komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan. Manfaat yang dapat diperoleh pelaku UMKM gethuk pisang di Kabupaten Kediri adalah dapat meningkatkan pengetahuan mengenai manajemen keuangan sederhana serta pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital, yaitu *Facebook*.

#### 4. KESIMPULAN

Program penyuluhan ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai rencana kegiatan yang telah disusun. Kegiatan ini mendapat respon yang sangat baik, hal tersebut terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti penyuluhan dan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu penyuluhan berakhir.

#### Saran

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dapat diajukan saran yaitu adanya kegiatan lanjutan yang sejenis, namun membahas mengenai materi ijin merk dagang seperti tata cara mengurus ke BPOM atau P-irt sehingga dapat lebih meningkatkan pengetahuan mengenai peluang berkembangnya UMKM utamanya industri gethuk pisang.

#### Penghargaan/Ucapan Terima Kasih

Pertama, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan ilmu sehingga dapat ditularkan kepada sesama. Dukungan keluarga, serta rekan tim penulis juga penting

bagi terlaksananya pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dukungan secara materiil hingga terlaksananya program Pengabdian Masyarakat ini. Kedua, Politeknik Negeri Malang (PSDKU) Kediri melalui LPPM juga turut memberikan dukungan melalui ijin yang diberikan serta fasilitas yang diberikan sehingga program pengabdian masyarakat ini dapat berjalan sesuai dengan rencana. Terima kasih pula kepada para Mahasiswa Politeknik Negeri Malang PSDKU Kediri yang berkontribusi aktif selama proses kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung. Serta terima kasih untuk pelaku UMKM gethuk pisang yang berada di Desa Klampitan karena telah memiliki semangat untuk terus mengembangkan usaha yang dimilikinya. Terakhir, terima kasih kepada Editor SNasTekS yang telah memberikan kesempatan sehingga jurnal pengabdian ini dapat dipublikasikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, M. K. (2019). *Survey Kepemilikan Smartphone, Indonesia Peringkat ke-24*. Tempo.co.
- Indonesia Digital 2019: Media Sosial*. (2019, September Tuesday). Retrieved september 17, 2019, from websindo: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>
- Indonesia Raksasa Digital Teknologi Asia*. (2015, Oktober 02). Retrieved September Tuesday, 2019, from kominfo.go.id: [https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media)
- Indonesia, K. K. (2017). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar*. Jakarta.

- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2007). *Akuntansi Intermediate 12nd edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Olivan, J. B. (2017). Communication as an Element of Knowledge for the Company's Human Resources. *Elsevier Ltd. All rights reserved, 7th International Conference on Intercultural Education "Education, Health and ICT for a Transcultural World"*, 15-17.
- Rudianto. (2018). *Akuntansi Intermediate*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? An empirical evidence from an enterprise survey. *Elsevier Ltd. All rights reserved, Review 16-3 167-176*.