

Peningkatan Pengetahuan UMKM Melalui Sosialisasi Manajemen Kas Pada Kelompok UMKM Binaan di Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor

Aspan Priana^{1*}

¹STIE Kalpataru, Indonesia

Article Info:

Submitted: 7 Desember 2023	Accepted: 25 Desember 2023	Approve: 26 Desember 2023	Published: 28 Desember 2023
-------------------------------	-------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Correspondence Author:

Aspan Priana,
STIE Kalpataru, Indonesia.
Komp Graha Cibinong Blok A.1 NO. 8-11
Jl. Raya Jakarta - Bogor Km.43
Telp. (021) 876 2275 / (021) 8791 6020
Fax. (021) 8791 6020

Email: aspanpriana@gmail.com

Abstrak. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk mendorong para pelaku UMKM di Kecamatan Cibinong Bogor supaya memiliki kapasitas dan meningkatkan kualitas pengelolaan usahanya sehingga bisa tumbuh dan berkembang pada situasi persaingan usaha dengan berbagai kelompok usaha lain, baik yang konvensional maupun kelompok usaha online, sehingga tetap mampu bersaing, dan bahkan meningkatkan kapasitas serta kualitas usahanya pada situasi persaingan usaha dengan berbagai kelompok usaha lain, baik yang konvensional maupun kelompok usaha online. Penguatan manajemen kas dilakukan supaya pelaku UMKM dapat mengelola dengan baik aset dan modal yang dimilikinya dalam persaingan usaha.

Kata Kunci: Kapasitas, Manajemen Kas, UMKM.

This is an open access article under the [CC BY SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. PENDAHULUAN

Sejak akhir tahun 2019, dunia dihantui oleh kehadiran wabah corona virus disease (COVID-19) yang kemudian menjadi pandemi yang mengancam kesehatan manusia di seluruh dunia. Sampai dengan akhir tahun 2021 data menunjukkan terdapat 650 juta orang di dunia yang terinfeksi virus corona, dan di Indonesia total 4.528.276 orang telah terinfeksi. Situasi dunia global benar-benar terpuruk atas kejadian luar biasa pandemi COVID-19, bahkan pada tahun 2020 dunia benar-benar sepi, karena lockdown terjadi hampir di seluruh negara.

Suasana mengerikan memang telah lewat, sejak awal tahun 2022 kondisi pandemi sudah benar-benar bisa dihadapi dengan kondisi new normal namun situasi masih ada, sehingga masyarakat tetap harus masih waspada. Saat ini pemerintah dan masyarakat mulai kembali menata diri setelah kejadian luar biasa ini lewat. Seluruh elemen masyarakat bersama pemerintah dituntut untuk bijak menghadapi situasi pasca pandemi, mengingat kehidupan sudah tidak lagi seperti normal

sebelum pandemi menyerang. Ada hal-hal yang harus disesuaikan dan beberapa kondisi berbeda tidak seperti biasa, termasuk didalamnya adalah dampak dari covid-19 terhadap sektor bisnis secara keseluruhan. Sejak awal tahun 2020 di Indonesia diberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan penerapan Work From Home (WFH) untuk karyawan baik swasta maupun pemerintah, hal ini ternyata berpengaruh pada kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Hadi & Supardi, 2020). Pada sektor UMKM, dihadapi dengan permasalahan berkurangnya bahan baku, berkurangnya/menurunnya penjualan, menghambatnya produksi dan distribusi, mengalami kesulitan permodalan, minimnya pengetahuan teknologi informasi dan terhambatnya jaringan usaha mengakibatkan rendahnya produktivitas bisnis serta kemampuan mereka untuk menghadapi perubahan khususnya dalam hal transaksi menjadi terhambat karena yang awalnya manual sekarang dituntut serba digital (Amalia, 2020).

Menurut data pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor terdapat 50.348 UKM. Permasalahan-permasalahan yang terjadi pasca pandemi menuntut para pemangku kepentingan untuk bekerja sama demi mempertahankan keberlanjutan UMKM dan melakukan strukturisasi serta revitalisasi setelah pandemic Covid-19 pada sektor UMKM dengan tujuan untuk melahirkan komitmen serta kepercayaan UMKM (Hadi et al., 2020). Untuk mengurangi dampak negatif pada sektor pelaku UMKM dibutuhkan inovasi yang tepat dan cepat untuk menciptakan aktivitas baru untuk tetap memastikan keberlanjutan usahanya (Septina, 2020).

2. KAJIAN TEORI

Definisi tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bervariasi tergantung pada literatur dan sumber yang dikonsultasikan, termasuk instansi atau lembaga yang mengeluarkan definisi tersebut, bahkan hingga undang-undang yang mengatur UMKM. Salah satu definisi yang penting dapat ditemukan dalam Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Menurut Undang-Undang tersebut, Usaha mikro diartikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yang diatur dalam Undang-Undang tersebut. Sementara itu, Usaha kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dengan memenuhi kriteria Usaha Kecil yang diatur dalam perundang-undangan.

Selanjutnya, usaha menengah dijelaskan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau

cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar. Kriteria Usaha Menengah ditentukan berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dengan demikian, definisi ini memberikan panduan yang jelas untuk mengklasifikasikan usaha berdasarkan ukuran dan karakteristiknya dalam konteks UMKM.

Terdapat karakteristik UMKM serta empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. Pertama, UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua, tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga, sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

Secara harafiah, kas dapat diartikan sebagai uang tunai untuk melakukan pembayaran rutin atau mendesak (Putri & Musmini, 2013), sehingga dapat ditelaah bahwa kas tergolong sebagai aset atau harta dari suatu usaha bisnis. Berdasarkan hal tersebut, maka kas yang merupakan harta dari usaha bisnis yang perlu dikelola dengan cermat dan bijaksana. Pengelolaan kas mencerminkan prinsip manajemen kas, yaitu suatu kegiatan yang melibatkan perencanaan dan pengendalian kas (Maharani & Rita, 2020). Tinjauan atas beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa UMKM-pun tetap perlu menerapkan manajemen kas. Manajemen kas memiliki pengaruh yang signifikan bagi pertumbuhan UMKM (Maharani & Rita, 2020; Puspitaningtyas, 2013).

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh penulis adalah melakukan sosialisasi terkait manajemen kas dengan melakukan sosialisasi secara kunjungan ke lokasi usaha UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor dan melakukan pemberian informasi serta wawasan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku usaha tersebut dalam pengelolaan aset dan keuangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh penulis adalah melakukan sosialisasi terkait manajemen kas dalam upaya mendorong UMKM memiliki kemampuan pembukuan serta penggunaan dan pengelolaan aset kas sehingga mampu mengelola keuangan dengan baik. Sering terjadi kelompok usaha UMKM tidak bisa mengelola keuangan, beberapa kali terjadi penggunaan aset dan keuangan yang berlebihan bahkan diluar kebutuhan usahanya itu sendiri. Ditambah lagi pola pembukuan dan penataan kas yang tidak sesuai, sehingga menyebabkan beberapa kesalahan tersebut

membuat kegiatan usaha nya terganggu atau tidak berjalan sesuai tujuan. Hal ini berdampak pada kegiatan usaha yang stagnan, jalan ditempat dan tidak berkembang ke arah yang lebih baik.

Kelompok-kelompok UMKM yang dilakukan pembinaan didorong untuk memiliki kapasitas dan bisa tumbuh dan berkembang pada situasi persaingan usaha dengan berbagai kelompok usaha lain, baik yang konvensional maupun kelompok usaha online. Sehingga diharapkan kelompok UMKM tetap mampu bersaing, dan bahkan meningkatkan kapasitas serta kualitas usahanya. Penulis melakukan sosialisasi secara kunjungan ke lokasi usaha UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor dan melakukan pemberian wawasan serta pengetahuan kepada para pelaku usaha tersebut.

Dalam kunjungan sosialisasi didapati berbagai permasalahan yang sering timbul dan menjadi dinamika tersendiri bagi pelaku usaha UMKM yang kadang bila tidak dihadapi dengan kemampuan manajerial yang mumpuni bisa memberikan dampak jelek untuk keberlangsungan usahanya. Pada posisi ini, penulis memberikan pemahaman-pemahaman terkait manajemen kas yang baik dan benar sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku, sehingga para pelaku usaha UMKM mampu memiliki kemampuan yang baik dalam manajemen kas untuk perusahaannya.



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi manajemen kas pelaku UMKM.

4.2 Pembahasan

Kas adalah urat nadi pada kegiatan usaha baik tingkat besar maupun kecil, tanpa memiliki jumlah kas yang cukup, maka keberlangsungan hidup suatu usaha dapat terancam. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga bergantung pada ketersediaan kas untuk dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Namun, sayangnya masih dijumpai UMKM yang mengabaikan pentingnya manajemen kas atau pengelolaan kas bagi eksistensi usaha mereka. Manajemen kas bagi UMKM

memiliki tujuan utama yaitu untuk menjaga likuiditas, sehingga usaha yang dilakukan tetap dapat berjalan dengan baik karena memiliki ketersediaan aset dan modal yang tetap terjaga dengan baik dan aman.

Dalam kegiatan ini, penulis menghadirkan materi-materi terkait manajemen kas, dengan salah satu aspeknya adalah pemahaman mengenai motif memegang kas berdasarkan teori yang dikemukakan oleh John M. Keynes. Teori ini membahas tiga jenis motif yang mendasari keputusan memegang kas. Pertama, terdapat motif transaksi yang terkait dengan pembayaran transaksi bisnis sehari-hari, di mana perusahaan memegang kas untuk memenuhi kebutuhan pembayaran operasional sehari-hari. Kedua, motif berjaga-jaga muncul sebagai tindakan memegang kas sebagai langkah pencegahan untuk menghadapi pembayaran yang bersifat tidak terduga atau darurat. Dan yang ketiga, motif spekulasi, yang mencerminkan niat perusahaan untuk memegang kas dengan harapan memperoleh keuntungan dari investasi. Dengan memahami ketiga motif tersebut, manajer keuangan dapat mengelola kas dengan lebih efektif, mengoptimalkan likuiditas perusahaan, dan mengambil keputusan finansial yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis.

Penjelasan terkait motif pertama dan kedua yang sifatnya mutlak karena berkaitan erat dengan kelancaran kegiatan usaha para pelaku UMKM, sedangkan khusus untuk motif ketiga sifatnya adalah opsional karena jenisnya yang spekulatif. Pemahaman terkait motif yang ketiga merujuk pada peluang para pelaku UMKM dalam mendapatkan pemasukan dari investasi kelebihan kas itu sendiri, sehingga motif yang ketiga juga bisa digunakan sebagai alternatif mereka dalam hal pemasukan namun tetap tidak boleh mengganggu motif transaksi dan motif berjaga-jaga.

5. KESIMPULAN

Kas merupakan urat nadi pada kegiatan usaha baik tingkat besar maupun kecil, tanpa memiliki jumlah kas yang cukup, maka keberlangsungan hidup suatu usaha dapat terancam. Pada kelompok UMKM ketersediaan kas juga memiliki peran penting dalam mempertahankan kegiatan usahanya. Manajemen kas bagi UMKM memiliki tujuan utama yaitu untuk menjaga likuiditas, sehingga usaha yang dilakukan tetap dapat berjalan dengan baik karena memiliki ketersediaan aset dan modal yang tetap terjaga dengan baik dan aman.

Maka kemudian kelompok UMKM yang ada di Kecamatan Cibinong dilakukan pembinaan untuk mendorong mereka supaya memiliki kapasitas dan bisa tumbuh dan berkembang pada situasi persaingan usaha dengan berbagai kelompok usaha lain, baik yang konvensional maupun kelompok usaha online. Sehingga diharapkan kelompok UMKM tetap mampu bersaing, dan bahkan meningkatkan kapasitas serta kualitas usahanya.

REFERENSI

- John Naisbitt. (1994). *Global Paradox: The Bigger the World Economy, the More Powerful Its Smallest Players*. William Morrow.
- Ishak, E. (2005). Artikel: Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM. *Yogyakarta: Kedaulatan Rakyat*.
- Niode, I. Y. (2009). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal kajian ekonomi dan bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1-10.
- Koperasi, K. (2005). Peran Usaha Mikro, kecil, dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Sasaran Pembangunan Ekonomi (Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2005)*.
- Pujiono, P. (2012). Akselerasi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui Pendidikan. *In Proceeding Seminar Nasional Peningkatan Kapabilitas UMKM dalam Mewujudkan UMKM Naik Kelas*.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218-227.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Herdina, Ajeng Mira. Manajemen Kas dan Keberlangsungan Hidup UMKM. Artikel. binus.ac.id. retrieved from <https://binus.ac.id/malang/2021/08/manajemen-kas-dan-keberlangsungan-hidup-umkm-bagian-pertama/>
- Diskominfo Kabupaten Bogor. Dorong UMKM Kabupaten Bogor Naik Kelas, Pemdakab Bogor Perkuat Pembinaan Melalui UMKM Juara. Berita. jabarprov.go.id. 31 Mei 2023. retrieved from <https://jabarprov.go.id/berita/dorong-umkm-kabupaten-bogor-naik-kelas-pemdakab-bogor-perkuat-pembinaan-melalui-umkm-jua-9257>