

MEMBANGUN KOMPETENSI SDM, KONTEN PRODUK DAN LAPORAN KEUANGAN PADA BUMDES MAJU RAHAYU KABUPATEN SEMARANG

IRSAL FAUZI¹
DEWI ARI ANI
MEIDA RACHMAWATI

irsalfauzi@unw.ac.id¹ Corresponding Author
dewiariani1808@gmail.com
meidaleanptsg@gmail.com

Universitas Ngudi Waluyo

Artikel diterima: 26 Juli 2022
Artikel direvisi: 17 Desember 2022

Abstrak

Data Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (PDPT) menyatakan pada tahun 2021 jumlah BUMDes mencapai 57.273. Di mana rinciannya 45.233 BUMDes yang aktif dan 12.040 BUMDes yang tidak aktif. Pandemi Covid-19 menerjang sektor ekonomi dari perkotaan hingga pedesaan. Dari data Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (PDPT) tersebut, setidaknya sejumlah 15.768 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang terdampak pandemi. Adapun permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra yaitu masih minimnya kompetensi SDM tersebut dalam mengelola konten produk dan membuat pelaporan keuangan yang berbasis komputerisasi. Mitra juga ingin usaha BUMDes Mart-nya berdaya saing tinggi di wilayah Kabupaten Semarang. Solusi yang diberikan adalah dengan membimbing dalam melakukan pembuatan konten produk menggunakan aplikasi Canva, meningkatkan mutu sumber daya manusia, serta pengelolaan manajemen keuangan dan pelaporan akuntansi yang transparan dan akuntabel. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menumbuhkan kreatifitas, pembuatan konten, laporan keuangan dan inovasi wirausaha berkelanjutan. Pengembangan ekonomi kreatif yang memberikan wadah yang sebesar-besarnya bagi para pelaku usaha BUMDes membutuhkan dukungan ide inovatif yang sekaligus membentuk wawasan wirausahawan yang mendukung pada keberlangsungan ekonomi yang mandiri. Bentuk kegiatan ini adalah seminar dan pelatihan. Materi kegiatan ini meliputi, antara lain : 1). pengelolaan SDM, 2) manajemen pembuatan laporan keuangan, 3) manajemen pembuatan konten produk.

Kata Kunci: kompetensi, konten produk, pelaporan keuangan, BUMDes

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah usaha desa yang dibentuk atau didirikan oleh Pemerintah Desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh Pemerintah Desa dan masyarakat (Suparji, 2019). Data Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (PDPT) menyatakan pada tahun 2021 jumlah BUMDes mencapai 57.273. Di mana rinciannya 45.233 BUMDes yang aktif dan 12.040 BUMDes yang tidak aktif. Pandemi Covid-19 menerjang sektor ekonomi dari perkotaan hingga pedesaan. Dari data Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (PDPT) tersebut, setidaknya sejumlah 15.768 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang terdampak pandemi.

Berdasarkan survey, dari sebanyak 15.768 Bumdes atau 35% terdampak pandemi hingga tutup usaha, sehingga merumahkan hampir sebanyak 123.176 pekerjanya. Sebanyak 45.233 BUMDes yang masih aktif mempekerjakan hampir 20.369.834 orang dengan omset pendapatan mencapai Rp 4,6 triliun selama tahun 2021. Dengan rincian, 15.768 BUMDes terdampak negatif dalam usahanya karena pandemi, di antaranya 1.540 BUMdes yang memiliki unit usaha bisnis sosial seperti air bersih, listrik, dan pengelolaan sampah. Kemudian 4.225 BUMDes yang memiliki unit usaha persewaan seperti sewa gedung, tenda, *sound system*, dan peralatan. Sementara itu, sebanyak 3.678 BUMDes memiliki unit usaha perdagangan pertanian, peternakan, perkebunan, dan sembako. Disusul sebanyak 2.870 BUMDes yang memiliki unit usaha keuangan, seperti simpan pinjam, usaha ekonomi desa untuk simpan pinjam, keuangan mikro, agen perbankan, kredit. Selanjutnya ada 813 BUMDes yang memiliki unit usaha jasa perantara, seperti bengkel, kios, foto kopi, penggilingan padi. Kemudian 1.038 BUMDes yang memiliki unit usaha penjualan tiket. Serta 678

BUMDes yang memiliki unit usaha pariwisata. Abdul Halim mengungkapkan, satu BUMDes bisa memiliki beberapa unit usaha.

Bumdes Maju Rahayu merupakan milik masyarakat Desa Jatirunggo, yang terpilih pada bulan Januari 2020, untuk mendapatkan penghargaan dari Bupati Semarang atas keberhasilannya dalam mengembangkan unit usaha BUMDesnya. Visi dan misi Bumdes ini adalah untuk memajukan perekonomian masyarakat, dengan berfokus pada usaha yang menyediakan kebutuhan bahan sembako dan LPG 3 kg. Selain itu, BUMDes Maju Rahayu mengelola mini market yang menyediakan berbagai barang kebutuhan sehari-hari. Bumdes Maju Rahayu juga mempunyai aset berupa ruko yang disewakan, lahan parkir, tenda, dan kursi yang juga disewakan.

Permasalahan Mitra

Adapun permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra yaitu masih minimnya kompetensi SDM dalam memasarkan produk BUMDes Mart. Mitra juga ingin BUMDes yang dikelola dapat berkembang dan berdaya saing tinggi di wilayah Kabupaten Semarang. Selain itu, dengan adanya beberapa jenis usaha maka perlu dilakukan pencatatan keuangan yang rapi dengan menggunakan aplikasi keuangan.

Dari permasalahan utama tersebut, kami *breakdown* permasalahan-permasalahan yang menjadi perhatian kami untuk dapat mewujudkan harapan-harapan mitra yang belum terlaksana sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran usaha mini market dengan menggunakan aplikasi Canva untuk ditampilkan pada *e-commerce* Tokopedia.
2. Sumber daya manusia yang ada masih belum mempunyai kompetensi memadai dalam menjalankan aplikasi kasir yang sudah terintegrasi dengan komputer.
3. Dalam hal macam produk yang dijual, pihak BUMDes Maju Rahayu ingin

diadakan sebuah kajian khusus mengenai adanya peluang menjual produk-produk lainnya di luar kebutuhan pokok atau sembako dan pertanian maupun perkebunan.

4. Kuantitas dan Kualitas SDM yang kurang kompeten dan kurangnya bimbingan langsung dari konsultan SDM, juga menjadi perhatian tim PkM dalam merumuskan permasalahan mitra.
5. Proses pelaporan keuangan juga masih belum terkelola dengan baik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu dengan memberikan pelatihan dan peningkatan kemampuan dalam mengolah dan mengelola mutu SDM, pembuatan konten produk dan pengelolaan manajemen keuangan dengan metode simulasi, diskusi dan ceramah. Indikator target pembimbingan ini adalah pengetahuan pengelola dalam meningkatkan *skill* SDM, membuat konten produk, dan penyusunan pelaporan keuangan sesuai dengan teori maupun aplikasi manajemen keuangan yang baik.

Indikator target dari kegiatan ini adalah penyajian konten produk yang menarik, pengelolaan SDM yang efektif dan efisien. Monitoring yang dilakukan kepada Manajemen BUMDes Maju Rahayu terkait terlaksananya seluruh kegiatan yang sudah direncanakan dengan indikator target BUMDes Maju Rahayu dapat menjadi pelopor usaha pada sektor bisnis UMKM yang sehat dan berdaya saing tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing merupakan strategi pemasaran menggunakan alat, platform dan saluran *online* dan media digital sebagai sarannya (Ratna Gumilang, 2019). Untuk membuat sebuah konten produk yang menarik, haruslah memahami terlebih dahulu terkait dengan karakteristik

pengembangan produk yang sukses. Dari sudut pandang investor dalam perusahaan yang mencari laba, pengembangan produk yang berhasil menghasilkan produk yang dapat diproduksi dan dijual secara menguntungkan, namun profitabilitas seringkali sulit untuk dinilai secara cepat dan langsung (Azara, 2020).

Ada 5 (lima) dimensi yang lebih spesifik, yang kesemuanya berhubungan dengan keuntungan, dan digunakan untuk menilai kinerja usaha pengembangan produk, yaitu:

1. Kualitas Produk

Seberapa baik produk yang dihasilkan dari upaya pengembangan? Apakah produk itu memenuhi kebutuhan pelanggan? Apakah produk ini kuat dan dapat diandalkan?

Kualitas produk pada akhirnya tercermin dalam pangsa pasar dan harga yang bersedia dibayar pelanggan. Seberapa baik produk yang dihasilkan dari upaya pengembangan? Apakah produk itu memenuhi kebutuhan pelanggan? Apakah produk ini kuat dan dapat diandalkan?

Kualitas produk pada akhirnya tercermin dalam pangsa pasar dan harga yang bersedia dibayar pelanggan.

2. Biaya Produk

Biaya ini termasuk pengeluaran untuk peralatan dan perkakas modal serta biaya tambahan untuk memproduksi masing-masing satuan produk. Biaya produk menentukan berapa banyak keuntungan yang diperoleh perusahaan untuk volume penjualan tertentu dan harga penjualan tertentu.

3. Waktu Pengembangan

Seberapa cepat tim menyelesaikan upaya pengembangan produk? Waktu pengembangan menentukan seberapa responsif perusahaan terhadap persaingan kekuatan dan perkembangan teknologi.

4. Biaya Pengembangan

Berapa banyak yang harus dikeluarkan perusahaan untuk mengembangkan produk? Biaya pengembangan biasanya merupakan bagian yang signifikan dari investasi yang diperlukan untuk mencapai keuntungan.

5. Kemampuan Pengembangan

Apakah tim dan perusahaan lebih mampu mengembangkan produk masa depan sebagai hasil dari pengalaman mereka dengan proyek pengembangan produk? Perkembangan kapabilitas adalah aset yang dapat digunakan perusahaan untuk mengembangkan produk secara lebih efektif dan ekonomis di masa depan (Tjiptono, 2000).

Pengembangan produk adalah kegiatan interdisipliner yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi perusahaan; namun, 3 (tiga) fungsi hampir selalu menjadi pusat suatu produk proyek pengembangan, yaitu:

1. *Marketing*

Fungsi pemasaran menengahi interaksi antara perusahaan dan perusahaan pelanggan. Pemasaran sering memfasilitasi identifikasi peluang produk, definisi segmen pasar, dan identifikasi kebutuhan pelanggan. Pemasaran juga biasanya mengatur komunikasi antara perusahaan dan pelanggannya, menetapkan target harga, dan mengawasi peluncuran dan promosi produk.

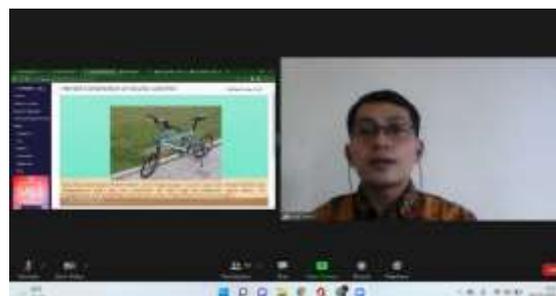
2. *Desain*

Fungsi desain memainkan peran utama dalam menentukan bentuk fisik dari produk terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks ini, fungsi desain meliputi desain rekayasa (mekanik, elektrik, perangkat lunak, dll.) dan desain industri (estetika, ergonomi, antarmuka pengguna).

3. *Manufaktur*

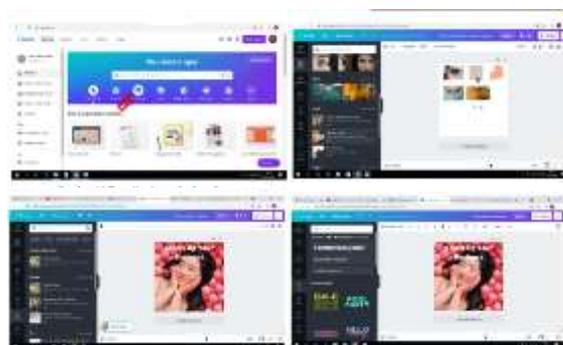
Fungsi manufaktur terutama bertanggung jawab untuk merancang, mengoperasikan, dan/atau

mengkoordinasikan sistem produksi untuk menghasilkan produk. Didefinisikan secara luas, fungsi manufaktur juga sering mencakup pembelian, distribusi, dan instalasi. Kumpulan kegiatan ini kadang-kadang disebut rantai pasokan (*supply chain*) (Maulana et al., 2021).



Gambar 1. Pelatihan konten produk untuk meningkatkan daya tarik dan minat beli secara daring

Pengabdian kepada masyarakat kali ini kami melakukan pembinaan dengan memberikan tutorial pembuatan konten produk yang dapat meningkatkan daya tarik dan minat beli, serta mampu menjangkau target konsumen yang potensial. Tutorial pembuatan konten produk dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Aplikasi ini tidak berbayar dan mudah digunakan oleh pengguna serta menghasilkan hasil grafis yang sangat baik. Selama ini promosi dari produk ataupun jasa yang ada di BUMDesMart masih menggunakan *traditional marketing*.

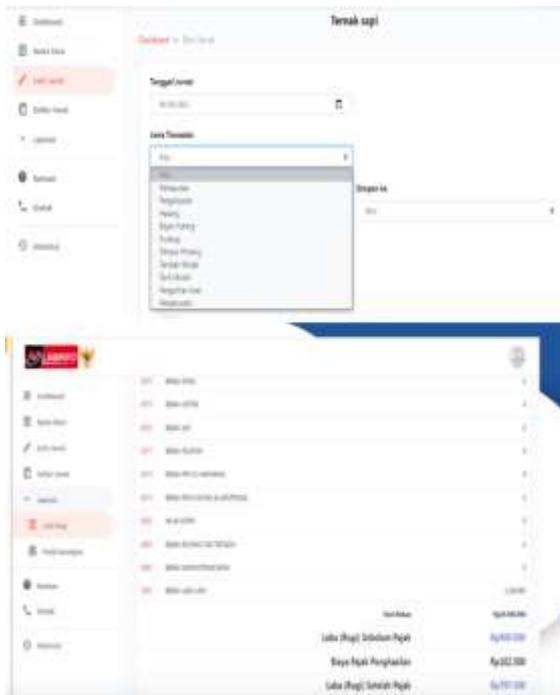


Gambar 2. Tutorial membuat konten produk dengan aplikasi *Canva* secara luring.

Materi kedua diisi anggota tim yang menjelaskan terkait pengelolaan

manajemen keuangan dengan memberikan pembimbingan pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi LAMIKRO (Laporan Akuntansi Usaha Mikro). Pada sesi ini para peserta pelatihan mampu menentukan dan mengelompokkan jenis-jenis transaksi dari usaha yang dijalankan sebagai berikut:

1. Harga pokok produksi yang terdiri dari harga pokok bahan untuk menu makanan dan minuman.
2. Perlengkapan seperti tisu, sedotan, sabun cuci piring dan lainnya.
3. Gaji karyawan, biaya listrik/ air serta penjualan.



Gambar 3. Tutorial membuat jurnal harian di LAMIKRO

Peserta juga dibekali dengan pelatihan membuat jurnal harian sederhana yang mencakup pemasukan dan pengeluaran dari berbagai jenis transaksi seperti harga pokok produksi, penjualan, biaya listrik/ air, perlengkapan dan sebagainya. Selain itu peserta juga dijelaskan terkait pembuatan buku besar dan laporan laba rugi.

Tim pengabdian memberikan tutorial dalam membuat jurnal harian menggunakan aplikasi LAMIKRO (Laporan Akuntansi Usaha Mikro). Pada

aplikasi tersebut, pelaku usaha dimudahkan dengan menu atau tampilan yang sederhana sehingga dapat dengan mudah membuat jurnal harian dari setiap transaksi keuangan yang terjadi setiap hari. Aplikasi tersebut secara otomatis akan memberikan laporan berupa buku besar, laporan laba rugi serta laporan posisi keuangan. Sehingga pelaku usaha dapat mengunduh laporan tersebut di akhir periode berjalan.

Materi ketiga atau sesi terakhir diisi anggota tim yang menjelaskan terkait pengelolaan SDM. Tim pengabdian memberikan pelatihan pengelolaan SDM yang efektif dan efisien, dengan fokus pengembangan *skill* SDM. Dalam sesi pelatihan ini mencakup beberapa materi terkait tipe-tipe SDM dan praktik sebagai berikut:

1. Tipe Konstruktif.

Tipe orang ini memiliki ciri-ciri, antara lain:

- a. Berani mengemban tanggung jawab.
- b. Dapat dipercaya.
- c. Mampu memahami dan menginprestasikan keinginan atasan.
- d. Tidak sekedar meniru atasan, tetapi memiliki pemikiran yang kreatif.
- e. Berpen pandangan luas ke depan, memiliki ambisi serta tanggap terhadap berbagai situasi.

Tips mengelolanya:

- a. SDM tipe konstruktif ini sangat potensial untuk dikembangkan.
- b. Berikan sasaran yang ingin dicapai, kemudian menyerahkan teknis pelaksanaan tugas kepada bawahan tersebut.

2. Tipe Rutin

- a. Tingkat kemampuan intelektual dan daya imajinasinya masih dibawah tipe konstruktif.
- b. Kurang memiliki inisiatif.
- c. Cenderung gampang jika tanpa diberi petunjuk dan arahan yang jelas dari atasan.

- d. Namun jika diarahkan dengan benar oleh atasan, ia dapat bekerja dengan loyal dan sepenuh hati.

Tips mengelolanya:

- a. SDM tipe rutin dapat bekerja efektif jika diberi arahan yang jelas.
 - b. Berikan saran yang hendak dicapai, kemudian berikan arahan dan prosedur yang jelas. Jika perlu diberi target waktu.
3. Tipe Impulsif
- a. SDM tipe ini sangat tidak imajinatif.
 - b. Melakukan tugas atas dasar suka atau tidak suka pada atasan.
 - c. Cenderung mudah berubah mengikuti lingkungan (seperti bunglon).
- Tips mengelolanya:
- a. Utamakan melakukan pendekatan personal serta berikan arahan dan petunjuk yang lengkap beserta target.
 - b. Agar SDM dapat bekerja dengan baik atasan harus berikan perhatian dan teladan.
4. Tipe Subversif
- a. SDM tipe ini sulit dikontrol.
 - b. Tidak memiliki prinsip yang kuat.
 - c. Cenderung memikirkan keuntungan pribadi.
 - d. Dapat menghalalkan berbagai cara untuk mencapai keinginannya (provokasi).
- Tips mengelolanya:
- a. SDM tipe ini harus diberikan tugas dengan penekanan pada sasaran yang hendak dicapai
 - b. Jika memungkinkan janjikan imbalan atau hukuman yang sesuai (Nuryanta, 2008).



Gambar 4. Diskusi dan Evaluasi Akhir Pengabdian bersama Direktur BUMDes

Di akhir kegiatan monitoring dan evaluasi, tim pengabdian kepada masyarakat merasa bahagia karena umpan balik yang ditunjukkan oleh peserta yaitu manajemen dan karyawan BUMDes, serta mitra usaha lainnya yang tergabung dalam BUMDes dapat menerima dengan baik materi serta pelatihan yang diberikan, yang ditunjukkan dari antusias peserta yang melakukan praktik langsung, peningkatan pengetahuan pelaku usaha serta hasil dari kuesioner yang dibagikan oleh tim pengabdian. Secara keseluruhan, pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini telah terlaksana dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka dapat disimpulkan bahwa proses pelatihan maupun bimbingan terhadap pihak Manajemen dan Karyawan BUMDes Maju Rahayu dinilai telah berhasil, dengan terwujudnya peningkatan *skill* SDM dalam membuat konten produk, pelaporan keuangan, serta *skill-skill* lainnya dalam menunjang kemajuan bisnis BUMDes Maju Rahayu, serta peningkatan nilai ekonomi bagi para karyawan, maupun penduduk di sekitar BUMDes Maju Rahayu yang tergabung sebagai mitra usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Azara, R. (2020). *Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Maulana, Y., Fahrudin, W. A., & Aprina, B. (2021). *Perencanaan & Perancangan Produk (Issue 1)*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Nuryanta, N. (2008). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia (Tinjauan Aspek*

- Rekrutmen dan Seleksi). *El-Tarbawi*, 1(1), pp. 55–69.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), pp. 9–14.
- Suparji. (2019). *Pedoman Tata Kelola BUMDES*. Jakarta: UAI Press.
- Tjiptono. (2000). Analisis Kepuasan Konsumen (Servqual Model Dan Important Performance Analysis Model). *Jurnal Media Ekonomi*, 7(1), pp. 1–20.